

A woman with long, wavy brown hair is wearing a light beige suit consisting of a blazer and trousers. She is standing in front of a window with white vertical blinds. The lighting is soft and warm, coming from the window. She has her right hand near her head, touching her hair. The text "HELLO FUTURE" is in the top left, "GESCHÄFTS-BERICHT 2023" is in the center, and "HUGO BOSS" is at the bottom.

**HELLO
FUTURE**

**GESCHÄFTS-
BERICHT
2023**

HUGO BOSS

#BEYOUROWN **BOSS** #BEYOU
#BEYOUROWN **BOSS** #BEYOUROWN
#BEYOUROWN **BOSS**



#BEYOUROWN **BOSS**
#BEYOUROWN **BOSS** #BEYOU
#BEYOUROWN **BOSS** #BEY

#HUGOYOURWAY#HUGOYOURWAY#HUGOYOURWAY
#HUGOYOURWAY#HUGOYOURWAY#HUGOYOURWAY



OURWAY#HUGOYOURWAY
#HUGOYOURWAY#HUGOYOURWAY
OURWAY#HUGOYOURWAY#HUGOYOURWAY

VISION

**DIE WELTWEIT FÜHRENDE
TECHNOLOGIEGESTEUERTE
MODEPLATTFORM IM
PREMIUMBEREICH SEIN**

MISSION

**WE LOVE FASHION
WE CHANGE FASHION**

AMBITION

**EINE DER 100 WELTWEIT
FÜHRENDEN MARKEN
SEIN**

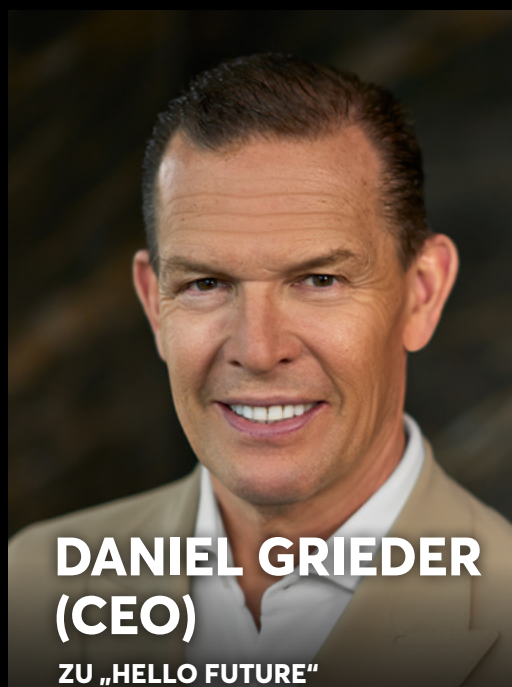
MOTTO

HELLO FUTURE HELLO FUTURE

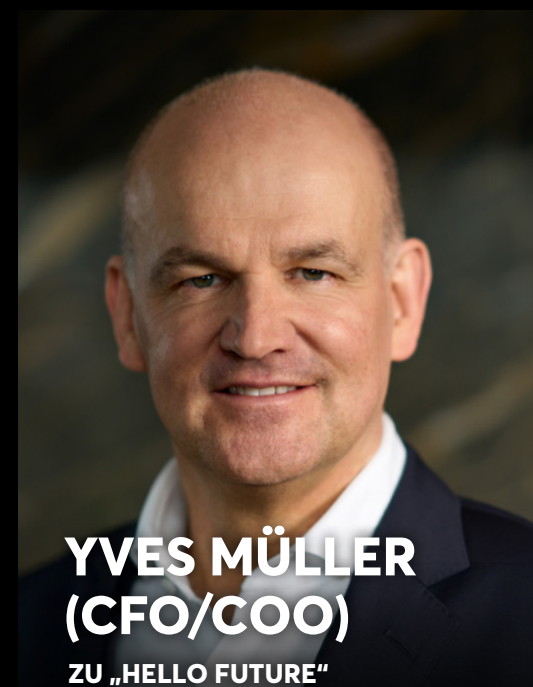
...beschreibt unsere Entschlossenheit, langfristiges, nachhaltiges und profitables Wachstum für HUGO BOSS zu generieren.

Die weitere erfolgreiche Umsetzung unserer „CLAIM 5“-Strategie bleibt der Schlüssel zum Erfolg. Dazu gehört auch unser starker Fokus auf Innovation, Digitalisierung und Nachhaltigkeit.

[→](#) ZU DEN VIDEOS



DANIEL GRIEDER REFLEKTIERT
2023 IM AKTUELLEN CEO-VIDEO



GESCHÄFTSJAHR 2023

K AUF EINEN BLICK **N BLICK AUF EINEN**

UF EINEN BLICK

EINEN BLICK AUF

4,2

MRD. EUR
KONZERNUMSATZ

410

MIO. EUR
EBIT

96

MIO. EUR
FREE CASHFLOW

1,35

EUR PRO AKTIE
DIVIDENDENVORSCHLAG



**KENNZAHLEN-
VERGLEICH**

UNSERE

HIGHLIGHTS 2023



WEITERE
HIGHLIGHTS



WIR HABEN
WICHTIGE
FORTSCHRITTE
BEI UNSERER
„CLAIM 5“-
STRATEGIE
ERZIELT.



KONZERNSTRATEGIE

+25%

AKTIENKURSENTWICKLUNG
2023



UNSERE AKTIE

UNSERE BESTREBUNGEN FÜR
EINEN PLANETEN FREI
VON ABFALL UND
VERSCHMUTZUNG

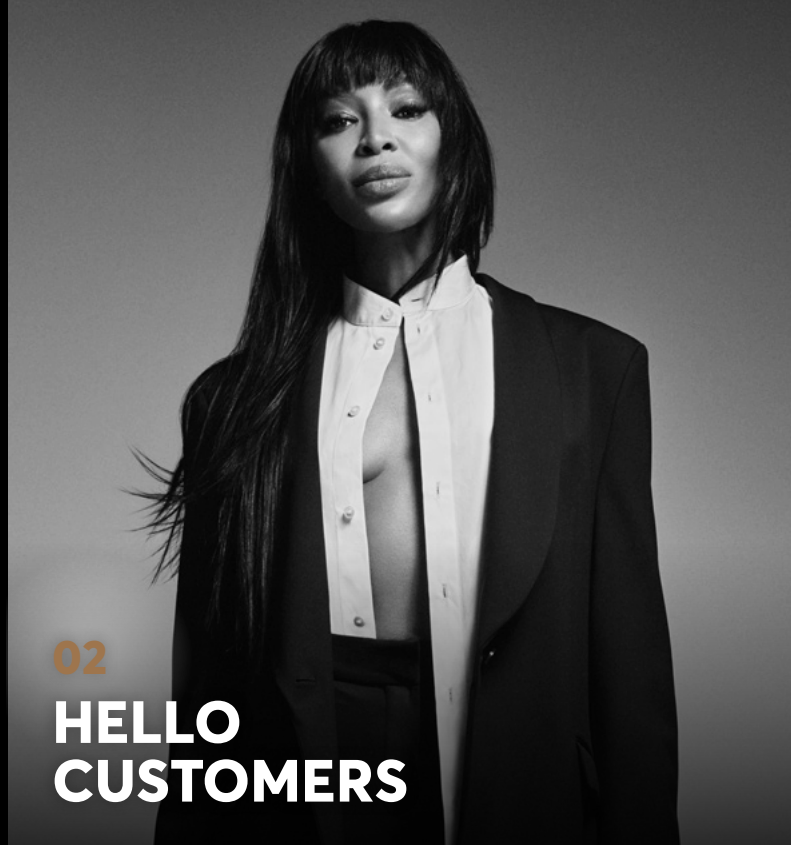


NACHHALTIGKEIT





01
**HELLO
BRANDS**



02
**HELLO
CUSTOMERS**

VISION TRIFFT AUF INNOVATION

N STORIES VISION

VISION MEETS IN

→ **ONLINE
ENTDECKEN**



03
**HELLO
DIGITAL**



04
**HELLO
TEAMS**

INHALT

1 AN UNSERE AKTIONÄRE

- 10 Brief des Vorstandsvorsitzenden
- 14 Vorstand
- 17 Bericht des Aufsichtsrats
- 24 Aufsichtsrat
- 26 Unsere Aktie

2 ZUSAMMENGEFASSTER LAGEBERICHT

- 33 Konzernprofil
- 76 Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung
- 98 Wirtschaftsbericht
- 129 Prognosebericht
- 133 Risiko- und Chancenbericht
- 157 Gesamtaussage zum Geschäftsverlauf und zur Lage des Konzerns

3 CORPORATE GOVERNANCE

- 160 Corporate Governance und Erklärung zur Unternehmensführung
- 172 Vergütungsbericht
- 202 Rechtliche Angaben

4 KONZERN-ABSCHLUSS

- 207 Konzern-Gewinn-und-Verlust-Rechnung
- 208 Konzerngesamtergebnisrechnung
- 209 Konzernbilanz
- 210 Konzerneigenkapitalveränderungsrechnung
- 211 Konzernkapitalflussrechnung
- 212 Konzernanhang für das Geschäftsjahr 2023

5 WEITERE ANGABEN

- 286 Weitere Angaben zur EU-Taxonomie
- 289 Versicherung der gesetzlichen Vertreter
- 290 Vermerke des Prüfers
- 307 Allgemeine Anmerkungen
- 307 Zukunftsgerichtete Aussagen
- 308 Zehnjahresübersicht
- 309 Kontakte
- 309 Impressum
- 310 Finanzkalender 2024



DIGITALE VERSION UNSERES GESCHÄFTSBERICHTS

Unser Geschäftsbericht erscheint auch als Online-Version mit vielen interaktiven Features.
www.geschaeftsbericht-2023.hugoboss.com

Es ist möglich, dass sich einzelne Zahlen in diesem Geschäftsbericht aufgrund von Rundungen nicht genau zur angegebenen Summe addieren. Aus Gründen der besseren Lesbarkeit verzichtet HUGO BOSS auf geschlechtsspezifische Formulierungen. Die gewählte männliche Form steht für alle Geschlechter.

KAPITEL 1

AN UNSERE AKTIONÄRE

10

**BRIEF DES
VORSTANDSVORSITZENDEN**

14

VORSTAND

17

BERICHT DES AUFSICHTSRATS

24

AUFSICHTSRAT

26

UNSERE AKTIE

BRIEF DES VORSTANDS- VORSITZENDEN



Daniel Grieder, Vorstandsvorsitzender

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre, sehr geehrte Damen und Herren,

2023 war für HUGO BOSS ein weiteres überaus erfolgreiches Jahr. Im zweiten vollen Jahr der konsequenten Umsetzung unserer Wachstumsstrategie „CLAIM 5“ haben wir in sämtlichen Geschäftsbereichen große Fortschritte erzielt. Davon hat die Dynamik unserer beiden Marken BOSS und HUGO über das gesamte Jahr hinweg profitiert. So konnten wir stärker als der globale Premium-Bekleidungsmarkt wachsen, weitere Marktanteile hinzugewinnen und im Geschäftsjahr 2023 einen Rekordumsatz von 4,2 Mrd. EUR erzielen. Trotz weiterer Investitionen in unser Geschäft haben wir zudem ein starkes operatives Ergebnis in Höhe von 410 Mio. EUR verzeichnet. Damit haben wir unsere im Jahresverlauf zweimal angehobenen Umsatz- und Ergebnisziele für 2023 erfolgreich erreicht.

Das vergangene Jahr war zudem ein weiterer wichtiger Meilenstein bei der erfolgreichen Umsetzung unserer „CLAIM 5“-Strategie, dank derer wir unser ursprünglich für 2025 geplantes Umsatzziel von 4 Mrd. EUR bereits zwei Jahre früher als geplant erreicht haben. Im Juni haben wir daher ein Update zu „CLAIM 5“ präsentiert und unsere mittelfristigen Finanzziele angehoben. Wir sind fest von dem großen Potenzial von BOSS und HUGO überzeugt und streben nun einen Umsatz von 5 Mrd. EUR sowie eine EBIT-Marge von mindestens 12 % an. Dies wird uns unserem Ziel näherbringen, zu den 100 weltweit führenden Marken zu gehören.

«DANK DER STARKEN MARKENDYNAMIK HABEN WIR UNSEREN WACHSTUMSKURS 2023 ERFOLGREICH FORTGESETZT.»

Mit „CLAIM 5“ stellen wir die Konsumenten in den Mittelpunkt unseres Handelns. Unser Bestreben, sie zu echten Fans unserer Marken zu machen, zahlt sich deutlich aus: Nach unserer erfolgreichen Markenerneuerung haben wir die Relevanz von BOSS und HUGO mit spektakulären Kampagnen und einzigartigen Fashionevents weiter erhöht. Unsere aktuellen Frühjahr/Sommer-2024-Kampagnen bauen auf diesem Erfolg auf und zeigen neben den Supermodels Gisele Bündchen und Adwoa Aboah auch unsere beliebten BOSS Markenbotschafter Lee Minho und Matteo Berrettini. Und mit zahlreichen digitalen Markeninitiativen geben wir nun auch in den sozialen Medien ganz klar den Ton an.

In unseren Produkten kommen unsere Marken bestmöglich zur Geltung. Heute lösen wir unser 24/7-Lifestyle-Versprechen voll und ganz ein. Dabei setzen wir auf unsere BOSS Markenlinien im Bereich Menswear, einschließlich der neu etablierten, exklusiven Camel-Linie. Im Jahr 2023 haben wir, darauf aufbauend, BOSS Orange und BOSS Camel auch in der Womenswear eingeführt. Und nicht zuletzt haben wir unser Angebot bei HUGO mit der Linie HUGO Blue und ihrem starken Fokus auf Denim erfolgreich erweitert. Durch inspirierende Kapselkollektionen mit wichtigen Partnern wie Porsche, der amerikanischen Football-Liga NFL, dem ikonischen Supermodel Naomi Campbell und dem TikTok-Superstar Bella Poarch bleiben wir am Puls der Zeit.

Wir werden das volle Potenzial der Digitalisierung ausschöpfen, um unsere Vision zu verwirklichen, die weltweit führende technologiegesteuerte Modeplattform im Premiumbereich zu sein. Im Jahr 2023 haben wir unseren Claim „Lead in Digital“ weiter vorangetrieben, indem wir wichtige Geschäftsprozesse digitalisiert und einen starken Fokus auf die Nutzung von Daten gelegt haben. Unser HUGO BOSS Digital Campus, der im vergangenen Sommer eröffnet wurde, steht im Mittelpunkt unserer digitalen Reise. Er ermöglicht es uns, die Bedürfnisse der Konsumenten besser zu verstehen, die Kundenbindung zu stärken und personalisierte Inhalte bereitzustellen. Er spielt daher auch eine Schlüsselrolle bei der weiteren Verbesserung des digitalen Erlebnisses über alle Kundenkontaktpunkte hinweg.

Um näher auf die Kontaktpunkte einzugehen: Im Jahr 2023 haben wir das Kundenerlebnis auf die nächste Stufe gehoben und neue, innovative Formate eingeführt. Neben der Modernisierung und Optimierung unseres Storenetzwerkes, bieten wir auch außergewöhnliche Pop-ups und Hospitality-Konzepte. Im Rahmen der Wiedereröffnung unseres BOSS Stores in der Dubai Mall präsentierten wir die Marke BOSS eindrucksvolle am angesagten AURA Skypool. Und in unserem neu gestalteten BOSS Store in der Londoner Regent Street wurde unsere erste eigene BOSS Bar eröffnet. Darüber hinaus haben wir die Einführung unserer aktuellen Storekonzepte weiter vorangetrieben. Sie verwandeln unsere physischen Kontaktpunkte in Orte voller

Emotionen und digitaler Erlebnisse. Rund 200 unserer Stores präsentieren sich heute bereits im neuen Design, darunter unsere neuen BOSS Stores in Mailand, Guangzhou und im idyllischen Ascona. Und nicht zuletzt haben wir unsere Position im stationären Großhandel weiter gestärkt und in wichtigen europäischen und US-amerikanischen Department Stores Sichtbarkeit und Marktanteile gewonnen.

Auch aus operativer Sicht war 2023 ein herausragendes Jahr. Im Zusammenhang mit unserem strategischen Claim „Organize for Growth“ haben wir erste wichtige Fortschritte bei der Implementierung des Digital TWIN – eine digitale Kopie unserer Wertschöpfungskette – erzielt und auch die Investitionen in unsere globalen Logistikkapazitäten deutlich erhöht. Ein wesentlicher Aspekt ist dabei der Ausbau eines unserer wichtigsten Logistikzentren in Deutschland mit besonderem Fokus auf Digitalisierung und Automatisierung. Gleichzeitig erweitern und verschönern wir auch unseren großartigen Campus. Unter anderem mit einem neuen, modernen Gebäude und dem Ausbau unserer gastronomischen Angebote schaffen wir für unsere mehr als 3.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter am Standort Metzingen ein erstklassiges Arbeitsumfeld. Denn unsere Teams sind entscheidend für den anhaltenden Erfolg von HUGO BOSS.

„CLAIM 5“ beinhaltet auch ein klares Bekenntnis zur Nachhaltigkeit. Mit unserer neuen Nachhaltigkeitsstrategie „For a bold and better future“ wollen wir die größten Herausforderungen in unserer Branche angehen: Unter anderem intensivieren wir unsere Anstrengungen Nullemissionen zu erreichen, Mikroplastik zu vermeiden und die Kreislauffähigkeit zu fördern. Wir sind der festen Überzeugung, dass Nachhaltigkeit und Innovation Hand in Hand gehen. In dem Zusammenhang freue ich mich, dass BOSS im Jahr 2023 Produkte aus AeonIQ, dem weltweit ersten zirkulären Garn, erfolgreich auf den Markt gebracht hat. Beispiele wie diese verdeutlichen unser Engagement für einen Wandel in der Modeindustrie. Und sie untermauern unseren Anspruch, zu einem Planeten frei von Abfall und Verschmutzung beizutragen. Die externe Anerkennung, die wir erhalten, bestätigt uns in unseren zahlreichen Nachhaltigkeitsinitiativen. Im Jahr 2023 wurden wir zum siebten Mal in Folge in den renommierten Dow Jones Sustainability Index World aufgenommen, und erzielten das zweitbeste Ergebnis in unserer Branche.

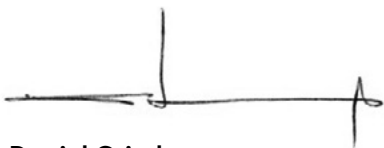
«WIR WERDEN ‚CLAIM 5‘ WEITERHIN MIT VOLLER ENERGIE UND LEIDENSCHAFT KONSEQUENT UMSETZEN.»

Liebe Leserinnen und Leser, das Jahr 2023 war für HUGO BOSS zweifellos sehr erfolgreich. Die starke Geschäftsentwicklung und die gestiegene Relevanz unserer Marken belegen klar und deutlich, dass wir mit „CLAIM 5“ die richtige Strategie für HUGO BOSS zum richtigen Zeitpunkt implementiert haben. Aufbauend auf unserer wiedergewonnenen Markendynamik sind wir fest entschlossen, weitere Fortschritte auf unserer „CLAIM 5“-Reise zu erzielen und unsere enormen Wachstumschancen auch in den kommenden Jahren zu nutzen. Die weitere erfolgreiche Umsetzung hat für uns oberste Priorität, und wir sind bestrebt, die Konsumenten mit aufregenden Markeninitiativen, einem herausragenden Produktsortiment und erstklassigen Erlebnissen zu begeistern. Und natürlich wollen wir auch Sie, sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre, an unserem Erfolg teilhaben lassen – mit einem kräftigen Kursanstieg von 25 % im Jahr 2023 und einer vorgeschlagenen Dividende in Höhe von 1,35 EUR pro Aktie.

Wir sind von den zukünftigen Wachstumschancen von HUGO BOSS überzeugt, dürfen aber die makroökonomischen und geopolitischen Herausforderungen, mit denen sich unsere Branche nach wie vor konfrontiert sieht, nicht außer Acht lassen: ein hohes Inflations- und Zinsniveau, ein sich weltweit abschwächendes Konsumklima und zunehmende geopolitische Spannungen, um nur einige Aspekte zu nennen. Vor diesem Hintergrund bleiben wir wachsam und treiben gleichzeitig die Umsetzung unserer Strategie weiter voran. Wir sind zuversichtlich, dass unsere Marken alle Voraussetzungen mitbringen, um sich auch 2024 besser als die Branche zu entwickeln und weitere Marktanteile zu gewinnen. Insgesamt erwarten wir einen Anstieg des Konzernumsatzes in einer Bandbreite von 3 % bis 6 % und einen Anstieg des operativen Ergebnisses zwischen 5 % und 15 % auf ein Niveau von rund 430 Mio. EUR bis 475 Mio. EUR.

Lassen Sie mich mit einer persönlichen Bemerkung schließen: Was mich immer wieder beeindruckt, ist die herausragende Motivation unseres weltweiten HUGO BOSS Teams. Unsere knapp 19.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter machen HUGO BOSS stärker, nachhaltiger und widerstandsfähiger. Ich möchte mich daher bei jeder und jedem einzelnen für das außerordentliche Engagement und den unermüdlichen Einsatz für unser Unternehmen bedanken. Gemeinsam werden wir mit aller Kraft und Leidenschaft weiter auf unser Ziel hinarbeiten, zu den 100 weltweit führenden Marken zu gehören. Ich bin zuversichtlich, dass wir HUGO BOSS mit unserem exzellenten Team und unserer starken Strategie auch weiterhin in eine sehr erfolgreiche Zukunft führen werden.

Ihr,



Daniel Grieder

Vorstandsvorsitzender

VORSTAND



Yves Müller
CFO/COO

Daniel Grieder
CEO

Oliver Timm
CSO

VIDEO
ANSEHEN

CHIEF EXECUTIVE OFFICER (CEO)

DANIEL GRIEDER

Daniel Grieder wurde 1961 in Washington, D.C. (USA), geboren. Während seines Studiums an der Hochschule für Wirtschaft in Zürich gründete er 1985 die Max Trade Service AG (später umbenannt in Madison Clothing Ltd.), die unter anderem den Vertrieb international anerkannter Marken für die Schweiz, Österreich und Osteuropa übernahm. Ab 1997 war Daniel Grieder maßgeblich für die erfolgreiche Etablierung der Marke Tommy Hilfiger in Europa verantwortlich und übernahm im Jahr 2008 die Position des Chief Executive Officer Tommy Hilfiger Europe. Nach der Integration der Marke Tommy Hilfiger in die Phillips-Van Heusen (PVH) Corporation wurde er 2014 Chief Executive Officer von Tommy Hilfiger Global und PVH Europe. Seit Juni 2021 ist Daniel Grieder Chief Executive Officer bei HUGO BOSS AG und folglich Mitglied des Vorstands.

Daniel Grieder ist Vorstandsvorsitzender und Vorstand für die Bereiche Business Unit BOSS Menswear, Business Unit BOSS Womenswear, Business Unit HUGO, Business Unit Footwear, Accessories, Bodywear & Hosiery (inkl. Global Licenses), Corporate Communications & Public Affairs, Creative Direction, Global Marketing & Brand Communications, Group Strategy & Corporate Development (inkl. Global Corporate Responsibility), sowie Human Resources.

**CHIEF FINANCIAL OFFICER (CFO),
CHIEF OPERATING OFFICER (COO),
ARBEITSDIREKTOR**

YVES MÜLLER

Yves Müller wurde 1969 in Lüneburg geboren. Er studierte Betriebswirtschaftslehre an der European Business School in Oestrich-Winkel, Dijon und San Diego. 1994 begann er seine berufliche Laufbahn bei der Steuerberatungs- und Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Arthur Andersen & Co. in Hamburg. In dieser Zeit absolvierte Yves Müller die Berufsexamina des Steuerberaters und des Wirtschaftsprüfers. Im Jahr 1999 wechselte er zur Tchibo GmbH wo er ab 2006 als Chief Financial Officer tätig war. Im Dezember 2017 wurde Yves Müller zum Vorstandsmitglied der HUGO BOSS AG bestellt und übernahm die Rolle des Chief Financial Officer (CFO). Seit Juni 2022 übernimmt Yves Müller zusätzlich die Rolle des Chief Operating Officer (COO).

Yves Müller ist Vorstand für die Bereiche Beschaffung & Produktion, Business Planning & Analysis, Finanzen & Steuern, Gebäudemanagement & Einkauf, Innenrevision, Investor Relations, IT (inkl. Informationssicherheit), Logistik, Operations Excellence Projects, Recht, Compliance & Datenschutz, sowie Technische Produktentwicklung.



CHIEF SALES OFFICER (CSO)

OLIVER TIMM

Oliver Timm wurde 1971 in Mainz geboren. Nach seinem Studium der Wirtschaftswissenschaften an der Gerhard-Mercator-Universität in Duisburg begann er 1998 seine berufliche Laufbahn bei Tommy Hilfiger, wo er unterschiedliche Funktionen innehatte. Er war unter anderem maßgeblich an der Einführung der amerikanischen Marke in den europäischen Markt beteiligt. 2005 wurde er zum Managing Director Tommy Hilfiger Deutschland ernannt. Nach der Integration der Marke Tommy Hilfiger in die Phillips-Van Heusen (PVH) Corporation übernahm er 2014 die Position des President of PVH Europe und später die des Chief Commercial Officer PVH Europe. Im Januar 2021 wurde Oliver Timm zum Vorstandsmitglied der HUGO BOSS AG bestellt und übernahm die Rolle des Chief Sales Officer (CSO).

Oliver Timm ist Vorstand für die Bereiche Customer Relationship Management (CRM), Data & Analytics, Global E-Commerce & Metaverse, Global Merchandise Management, Global Retail Management, Global Sales Development, Global Travel Retail, sowie Konzerneigener Einzelhandel & Großhandel.



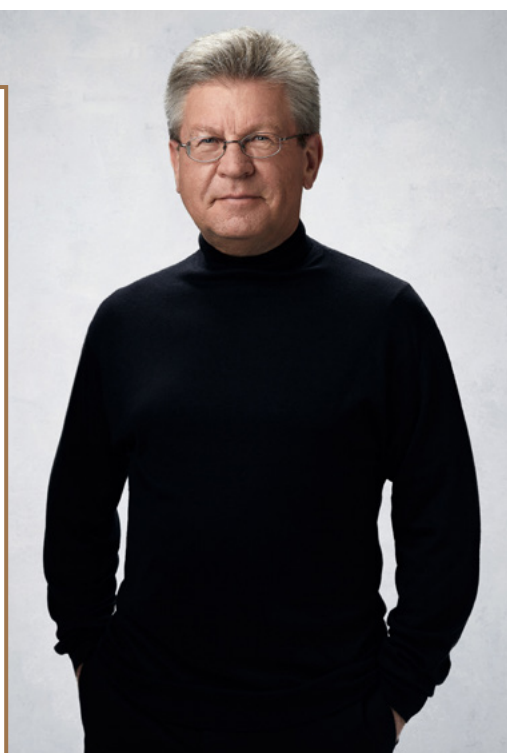
BERICHT DES AUFSICHTSRATS

VORSITZENDER DES AUFSICHTSRATS

HERMANN WALDEMER

Hermann Waldemer wurde 1957 in München geboren. Sein Studium der Betriebswirtschaftslehre an der Universität Regensburg mit den Schwerpunkten Finanzen und Steuern schloss er 1981 ab. Anschließend arbeitete Hermann Waldemer als examinierter Steuerberater und Abschlussprüfer in der Wirtschaftsprüfung, ehe er 1987 in den Philip Morris Konzern eintrat. Dort übte er verschiedene Management-Funktionen aus, und war unter anderem als President Western Europe tätig, bevor er 2008 die Position des Chief Financial Officer übernahm, die er bis zu seinem Ausscheiden im Jahr 2012 innehatte. Von 2014 bis 2016 gehörte er dem Board of Directors' der FCA US LLC (Chrysler Group) an.

Hermann Waldemer wurde 2015 in den Aufsichtsrat der HUGO BOSS AG gewählt und im Jahr 2020 zum Vorsitzenden berufen.



Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre, sehr geehrte Damen und Herren,

2023 war ein sehr erfolgreiches Jahr für HUGO BOSS und ein weiterer wichtiger Meilenstein bei der Erreichung seiner mittelfristigen Finanzziele. Die konsequente und entschlossene Umsetzung der „CLAIM 5“-Wachstumsstrategie – einschließlich deutlicher Fortschritte bei wichtigen Marken-, Produkt-, Digital- und Vertriebsinitiativen – führte zu starken Umsatz- und Ergebnisverbesserungen. Der Aufsichtsrat hat auch im Geschäftsjahr 2023 sein **Mandat mit größter Sorgfalt wahrgenommen** und in enger und vertrauensvoller Zusammenarbeit mit dem Vorstand diesen umfassend beraten und dessen Geschäftsführung überwacht. Die ihm nach Gesetz, Satzung und Geschäftsordnung obliegenden Aufgaben hat der Aufsichtsrat umfassend wahrgenommen.

Zusammensetzung des Aufsichtsrats

Im Aufsichtsrat der HUGO BOSS AG gab es im Geschäftsjahr 2023 zwei personelle Veränderungen. Mit Wirkung zum 9. Mai 2023 sind die beiden Arbeitnehmervertreter Anita Kessel und Martin Sambeth aus dem Aufsichtsrat ausgeschieden. Als Nachfolgerin von Anita Kessel ist Daniela Liburdi am 9. Mai 2023 in den Aufsichtsrat eingetreten. Ebenfalls am 9. Mai 2023 trat Andreas Flach als Nachfolger von Martin Sambeth in den Aufsichtsrat ein. Im Namen des gesamten Aufsichtsrats möchte ich mich bei Anita und Martin für die gute und vertrauensvolle Zusammenarbeit, ihren hohen Einsatz und ihre enge Verbundenheit mit HUGO BOSS bedanken. > [Aufsichtsrat](#)

Zusammenarbeit zwischen Vorstand und Aufsichtsrat

Regelmäßig, zeitnah und umfassend hat uns der Vorstand sowohl in schriftlicher als auch in mündlicher Form über alle für die HUGO BOSS AG und die Konzernunternehmen **relevanten Fragen hinsichtlich der Strategie, der Planung, der Geschäftsentwicklung, der Risikolage, der Risikoentwicklung und der Compliance** informiert. Insbesondere im Hinblick auf die „CLAIM 5“-Strategie des Unternehmens fand das ganze Jahr über ein intensiver Austausch zwischen Vorstand und Aufsichtsrat statt. Der Vorsitzende des Prüfungsausschusses und ich standen zudem in einem engen und regelmäßigen Austausch mit dem Vorstand. Wir wurden über wesentliche Entwicklungen und Entscheidungen zeitnah informiert und haben über diese spätestens in der folgenden Aufsichtsrats- bzw. Ausschusssitzung berichtet.

Alle Mitglieder des Aufsichtsrats hatten stets ausreichend Gelegenheit, sich in den Ausschüssen bzw. Aufsichtsratssitzungen mit den vorgelegten **Berichten und Beschlussvorschlägen** des Vorstands auseinanderzusetzen und eigene Anregungen einzubringen. Etwaige Genehmigungen erfolgten erst nach Rückfragen an den Vorstand sowie ausführlichen Diskussionen mit den Mitgliedern des Vorstands. In dringenden Fällen fasste der Aufsichtsrat Beschlüsse mittels des Umlaufverfahrens. Der Aufsichtsrat wurde unmittelbar und frühzeitig in alle Entscheidungen, die für das Unternehmen von grundlegender Bedeutung waren, eingebunden.

Themenschwerpunkte der Aufsichtsratssitzungen

Im Geschäftsjahr 2023 fanden insgesamt vier **Aufsichtsratssitzungen** statt, jeweils eine in den Monaten März, Juli, September und Dezember, wobei es sich bei der Aufsichtsratssitzung im September um eine zweitägige Sitzung handelte. An diesen Sitzungen nahmen stets alle Mitglieder teil, mit Ausnahme von Tanja Silvana Nitschke, die an einer Sitzung nicht teilnehmen konnte. Darüber hinaus wurde im Februar ein Beschluss im Umlaufverfahren gefasst.

Der **Prüfungsausschuss** tagte im Geschäftsjahr 2023 insgesamt viermal. An den Sitzungen nahmen stets sämtliche Mitglieder teil. Auch der **Arbeitsausschuss** kam viermal zusammen, wobei stets alle Mitglieder teilnahmen, mit Ausnahme von Katharina Herzog, die an einer Sitzung nicht teilnehmen konnte, aber durch schriftliche Abstimmung an den Beschlüssen beteiligt war. Auch an den vier Sitzungen des **Personalausschusses** nahmen alle Ausschussmitglieder teil, mit Ausnahme von Christina Rosenberg, die an einer Sitzung nicht teilnehmen konnte. Der **Nominierungsausschuss** und der **Vermittlungsausschuss** tagten im Geschäftsjahr 2023

nicht. Zwei Aufsichtsratssitzungen und jeweils eine Sitzung des Arbeits- und des Personalausschusses wurden in hybrider Form abgehalten, so dass die Mitglieder des Aufsichtsrats entweder persönlich oder virtuell per Videokonferenz teilnehmen konnten.

ANTEIL VON TEILNAHMEN AN SITZUNGEN DES AUFSICHTSRATS UND SEINER AUSSCHÜSSE¹

Mitglied	Aufsichtsrat (4)	Prüfungs- ausschuss (4)	Arbeits- ausschuss (4)	Personal- ausschuss (4)	Teilnahmequote gesamt (16)
Hermann Waldemer, Vorsitzender	4/4	4/4	4/4	4/4	16/16
Sinan Piskin, stellv. Vorsitzender	4/4	4/4	4/4	4/4	16/16
Iris Epple-Righi	4/4	–	4/4	–	8/8
Andreas Flach ²	2/2	2/2	–	–	4/4
Katharina Herzog	4/4	–	3/4	–	7/8
Anita Kessel ²	2/2	–	–	2/2	4/4
Daniela Liburdi ²	2/2	–	–	2/2	4/4
Gaetano Marzotto	4/4	4/4	–	–	8/8
Luca Marzotto	4/4	–	4/4	4/4	12/12
Tanja Silvana Nitschke	3/4	–	4/4	–	7/8
Christina Rosenberg	4/4	–	–	3/4	7/8
Martin Sambeth ²	2/2	2/2	–	–	4/4
Bernd Simbeck	4/4	4/4	–	4/4	12/12
Robin J. Stalker	4/4	4/4	–	–	8/8

¹ Der Nominierungsausschuss und der Vermittlungsausschuss tagten im abgelaufenen Geschäftsjahr nicht.

² Mit Wirkung zum 9. Mai 2023 sind die beiden Arbeitnehmervertreter Anita Kessel und Martin Sambeth aus dem Aufsichtsrat ausgeschieden. Daniela Liburdi trat am 9. Mai 2023 als Nachfolgerin von Anita Kessel in den Aufsichtsrat ein. Ebenfalls am 9. Mai 2023 trat Andreas Flach als Nachfolger von Martin Sambeth in den Aufsichtsrat ein.

Die **Sitzung des Aufsichtsrats im März 2023** befasste sich schwerpunktmäßig mit dem Jahresabschluss der HUGO BOSS AG und des HUGO BOSS Konzerns zum 31. Dezember 2022 sowie dem Prüfungsbericht des Abschlussprüfers. In dieser Sitzung wurden der Jahresabschluss und der Konzernabschluss der HUGO BOSS AG zum 31. Dezember 2022 gebilligt und damit der Jahresabschluss festgestellt. Darüber hinaus wurden der Bericht des Aufsichtsrats an die Hauptversammlung sowie der Vergütungsbericht für das Geschäftsjahr 2022 erörtert und verabschiedet. Die Vorschläge für die Beschlussfassung wurden anschließend auf der Hauptversammlung der HUGO BOSS AG, die am 9. Mai 2023 virtuell stattgefunden hat, verabschiedet. Darüber hinaus wurde Oliver Timm als Vorstandsmitglied für den Zeitraum bis zum 31. Dezember 2026 wiederbestellt und sein Dienstvertrag entsprechend verlängert. Weitere Themen waren die Erörterung und Beschlussfassung über die Zielerreichung und Zielfestlegung für die variable Vergütung der Vorstandsmitglieder sowie eine Aktualisierung des Aufsichtsratskompetenzprofils.

In seiner **Sitzung im Juli 2023** befasste sich der Aufsichtsrat mit der aktuellen Geschäftsentwicklung und der strategischen Weiterentwicklung des Logistiknetzwerks des Unternehmens, einschließlich der geplanten Erweiterung des Liegwarenlagers in der Nähe der Konzernzentrale in Metzingen sowie der Finanzierung dieser Erweiterung. Darüber hinaus erörterte und beschloss der Aufsichtsrat die Prüfungsschwerpunkte für die Prüfung im Geschäftsjahr 2023.

Themenschwerpunkte der **Sitzung im September 2023** bildeten die aktuelle Geschäftsentwicklung, die Umsetzung der „CLAIM 5“-Strategie und deren Auswirkungen auf die Kollektionsentwicklung, den Bereich Business Operations, den Vertrieb und das Marketing. Der Aufsichtsrat befasste sich zudem mit den Fortschritten bei der Implementierung der Digital-TWIN-Initiative sowie der künftigen strategischen Ausrichtung des Emerging-Markets-Hub.

In der **Sitzung im Dezember 2023** wurde das Budget für das Geschäftsjahr 2024 erörtert und verabschiedet. Darüber hinaus wurden die im Jahr 2023 erzielten weiteren Fortschritte bei der Umsetzung von „CLAIM 5“ ausführlich erörtert. Außerdem wurden die auf der Grundlage eines Fragebogens erhobenen und von einem externen Anbieter ausgewerteten und vorgestellten Ergebnisse der Effizienzprüfung des Aufsichtsrats eingehend diskutiert. Die Entsprechenserklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex (DCGK) wurde analysiert und beschlossen.

Die aktuelle Geschäftsentwicklung, das Liquiditätsmanagement sowie die Risikolage des Unternehmens wurden in den Sitzungen des Aufsichtsrats **regelmäßig im Detail erörtert** und, soweit erforderlich, verabschiedet. In den Sitzungen des Aufsichtsrats wurde zudem regelmäßig ausführlich über die Inhalte jeweils vorangegangener Ausschusssitzungen berichtet. Daneben beschäftigte sich der Aufsichtsrat im Jahr 2023 vor allem mit Themen wie der weiteren Umsetzung der „CLAIM 5“-Strategie, der Kapitalstruktur des Unternehmens, Compliance-Fragen und den Anforderungen des DCGK.

Arbeit der Ausschüsse im Geschäftsjahr 2023

Um seine Aufgaben effizient wahrzunehmen, hat der Aufsichtsrat **fünf Ausschüsse** gebildet: einen Prüfungsausschuss, einen Personalausschuss, einen Arbeitsausschuss, einen Nominierungsausschuss und den gesetzlich erforderlichen Vermittlungsausschuss. Soweit gesetzlich zulässig und sofern ihnen entsprechende Befugnisse übertragen wurden, entscheiden die Ausschüsse anstelle des Gesamtaufichtsrats. Ansonsten bereiten sie Entscheidungen und Themenbereiche für den Gesamtaufichtsrat vor. Die jeweiligen Ausschussvorsitzenden berichteten dem Aufsichtsrat regelmäßig umfassend über die Ausschussarbeit.

Der **Prüfungsausschuss** tagte im Geschäftsjahr 2023 insgesamt viermal. Gegenstand seiner Sitzungen waren vor allem die Rechnungslegung der HUGO BOSS AG und des Konzerns für die Jahres-, Halbjahres- sowie Quartalsabschlüsse und -berichte, die Prüfung des Jahres- und Konzernabschlusses, die Überwachung des Risikomanagement- und internen Kontrollsystems, Fragen der IT-Sicherheit, sowie Fragen der Compliance und des Risikomanagements. Des Weiteren hat der Prüfungsausschuss die Unabhängigkeitserklärung des Abschlussprüfers eingeholt und sich von dessen Unabhängigkeit überzeugt. Neben der Festlegung der Prüfungsschwerpunkte für den Jahres- und Konzernabschluss 2023 sowie der Erteilung des Prüfungsauftrags an den Abschlussprüfer wurden erlaubte Nichtprüfungsleistungen sowie eine Honorarobergrenze für Nichtprüfungsleistungen beschlossen. Außerdem wurden die Ergebnisse der prüferischen Durchsicht der zusammengefassten nichtfinanziellen Erklärung besprochen.

Der **Personalausschuss** kam im Geschäftsjahr 2023 zu vier Sitzungen zusammen. Dabei befasste er sich schwerpunktmäßig mit Themen zu Nachfolgeplanung und Mitarbeiterbindung sowie der Besetzung strategisch wichtiger Führungspositionen, dem Vergütungssystem für den Aufsichtsrat, der Zielerreichung für das Geschäftsjahr 2022 sowie der Vorbereitung der Zielvereinbarungen für den Vorstand.

Der **Arbeitsausschuss** kam im Geschäftsjahr 2023 zu vier Sitzungen zusammen, in denen er sich mit der jeweils aktuellen Geschäftsentwicklung, der strategischen Ausrichtung des Konzerns sowie der Vorbereitung der Hauptversammlung beschäftigte. Darüber hinaus befasste sich der Arbeitsausschuss mit zwei Mietvertragsverlängerungen in den USA sowie mit den Sportsponsoringaktivitäten des Unternehmens. Außerdem genehmigte er die Platzierung des ersten Schuldscheins des Unternehmens und eine lokale Finanzierungsvereinbarung für die Tochtergesellschaft in Brasilien.

Der **Nominierungsausschuss** und der **Vermittlungsausschuss** tagten im abgelaufenen Geschäftsjahr nicht.

Corporate Governance

Der Aufsichtsrat befasste sich ebenso mit den **Corporate-Governance-Grundsätzen** im Unternehmen. Vorstand und Aufsichtsrat gaben im Dezember 2023 eine aktuelle Entsprechenserklärung zum DCGK ab. Die Erklärung zur Unternehmensführung mit den Ausführungen zur Corporate Governance lässt sich dem Kapitel „Corporate Governance und Erklärung zur Unternehmensführung“ entnehmen. Der Aufsichtsrat entschied in Bezug auf die vom DCGK empfohlene jährliche Effizienzprüfung der Aufsichtsrats Tätigkeit, bei der bewährten Methodik der Prüfung mittels eines umfangreichen Fragebogens zu bleiben. Die von unternehmensexterner Seite durchgeführte Auswertung der ausgefüllten Fragebögen und der darin enthaltenen Verbesserungsvorschläge wurde in der Aufsichtsratssitzung im Dezember 2023 eingehend analysiert und diskutiert. Der Aufsichtsrat kam dabei zu einem insgesamt positiven Ergebnis. Individuelle Fortbildungsmaßnahmen wurden im Geschäftsjahr nicht durchgeführt.

Interessenkonflikte

Im Geschäftsjahr 2023 sind **keine Interessenkonflikte** bei Vorstands- und Aufsichtsratsmitgliedern aufgetreten. Gemäß DCGK wären diese dem Aufsichtsrat gegenüber unverzüglich offenzulegen. Darüber hinaus wäre die Hauptversammlung zu informieren.

Jahres- und Konzernabschlussprüfung 2023

Die Deloitte Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Stuttgart, hat den Konzernabschluss 2023 der HUGO BOSS AG, der vom Vorstand gemäß § 315e Abs. 1 HGB auf Grundlage der internationalen Rechnungslegungsstandards IFRS aufgestellt wurde, unter Einbeziehung der Buchführung ordnungsgemäß geprüft und einen **uneingeschränkten Bestätigungsvermerk** erteilt. Gleiches gilt für den gemäß den Vorschriften des HGB aufgestellten Jahresabschluss 2023 der HUGO BOSS AG sowie den zusammengefassten Lagebericht 2023 für die HUGO BOSS AG und den Konzern. Den Prüfungsauftrag dazu hatte der Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats entsprechend dem Beschluss der Hauptversammlung vom 9. Mai 2023 vergeben. Dabei wurde mit dem Abschlussprüfer vereinbart, dass der Vorsitzende des Prüfungsausschusses über mögliche Ausschluss- oder Befangenheitsgründe während der Prüfung hätte unverzüglich unterrichtet werden müssen, soweit solche Ausschluss- oder Befangenheitsgründe nicht unverzüglich beseitigt worden wären. Außerdem wurde mit dem Abschlussprüfer eine Berichtspflicht hinsichtlich aller für die Aufgaben des Aufsichtsrats wesentlichen Feststellungen und Vorkommnisse im Rahmen der Abschlussprüfung vereinbart. Der Abschlussprüfer hätte

des Weiteren den Aufsichtsrat zu informieren beziehungsweise in seinem Prüfungsbericht zu vermerken, wenn er bei der Durchführung der Abschlussprüfung Tatsachen festgestellt hätte, die eine Unrichtigkeit der von Vorstand und Aufsichtsrat abgegebenen Erklärung nach § 161 Abs. 1 Satz 1 AktG ergeben hätten. Im Geschäftsjahr gab es jedoch keine entsprechenden Berichte des Abschlussprüfers. Des Weiteren hat der Aufsichtsrat sich von der Unabhängigkeit des Prüfers überzeugt. Behandelt wurde ferner die Vergabe von Aufträgen für nicht prüfungsbezogene Dienstleistungen an den Abschlussprüfer. Sämtliche Abschlussunterlagen, der Gewinnverwendungsvorschlag des Vorstands sowie der Prüfungsbericht des Abschlussprüfers lagen dem Aufsichtsrat rechtzeitig vor.

Der Jahresabschluss, der Vorschlag für die Verwendung des Bilanzgewinns, der Konzernabschluss und der zusammengefasste Lagebericht 2023 für die HUGO BOSS AG und den Konzern, der auch die zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung für die HUGO BOSS AG und den Konzern enthält, und der Prüfungsbericht wurden vorab im Prüfungsausschuss und dann im Plenum des Aufsichtsrats im Beisein des Abschlussprüfers eingehend erörtert und geprüft. Der Abschlussprüfer berichtete dabei über die wesentlichen Ergebnisse seiner Prüfung, insbesondere im Hinblick auf die vom Prüfungsausschuss für das Geschäftsjahr festgelegten Prüfungsschwerpunkte. Er stand darüber hinaus für Fragen und weitere Auskünfte zur Verfügung. Wesentliche Schwächen des gesamten internen Kontrollsystems und Risikomanagements wurden dabei nicht festgestellt. Ebenfalls lagen keine Umstände vor, die eine Befangenheit des Abschlussprüfers hätten verursachen können. Schließlich erläuterte er die Leistungen, die er im abgelaufenen Geschäftsjahr zusätzlich zu den Abschlussprüfungsleistungen erbrachte. Dem Ergebnis des Abschlussprüfers wurde zugestimmt. Der Aufsichtsrat erhebt nach dem abschließenden Ergebnis seiner Prüfung keine Einwendungen.

Der Aufsichtsrat billigte daher in seiner Sitzung vom 6. März 2024 die vom Vorstand aufgestellten **Abschlüsse für das Geschäftsjahr 2023**. Damit ist der Jahresabschluss der HUGO BOSS AG für das Geschäftsjahr 2023 nach § 172 AktG festgestellt.

Für das Geschäftsjahr 2023 hat der Vorstand eine **zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung** für die HUGO BOSS AG und den Konzern erstellt und in den zusammengefassten Lagebericht 2023 aufgenommen. Der Aufsichtsrat hat die Deloitte Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Stuttgart, mit einer Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit (limited assurance) dieser Erklärung beauftragt. Alle Aufsichtsratsmitglieder haben die zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung für die HUGO BOSS AG und den Konzern für das Geschäftsjahr 2023 und den Vermerk des unabhängigen Wirtschaftsprüfers über die Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit rechtzeitig erhalten. Über die Erklärung und den Prüfungsvermerk von Deloitte wurde im Aufsichtsratsplenum am 6. März 2024 beraten. An dieser Erörterung nahmen die Prüfer von Deloitte teil und präsentierten die Prüfungsergebnisse. Aufgrund eigener Prüfung der zusammengefassten nichtfinanziellen Erklärung für die HUGO BOSS AG und den Konzern wurden keine Einwendungen erhoben und das Ergebnis der Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit der Deloitte Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Stuttgart, zustimmend zur Kenntnis genommen.

Vorstand und Aufsichtsrat haben den **Vergütungsbericht** für das Geschäftsjahr 2023 gemeinsam gemäß den Regelungen des § 162 AktG erstellt. Der Aufsichtsrat hat den Vergütungsbericht in seiner Sitzung vom 6. März 2024 verabschiedet. Der Abschlussprüfer hat den Vergütungsbericht im Rahmen der gesetzlich erforderlichen formellen Prüfung gemäß § 162 Abs. 1 und 2 AktG gesondert geprüft.

Danke

Im Namen des Aufsichtsrats danke ich den Mitgliedern des Vorstands sowie allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern von HUGO BOSS für ihren hohen persönlichen Einsatz und ihr großes Engagement. Ihr unermüdlicher Einsatz und ihre große Leidenschaft legten den Grundstein für die starke finanzielle und operative Entwicklung im Geschäftsjahr 2023 und die erzielten Fortschritte bei der erfolgreichen Umsetzung von „CLAIM 5“. Den Arbeitnehmervetretern der HUGO BOSS AG danke ich für die jederzeit sehr konstruktive Zusammenarbeit.

Abschließend möchte ich Ihnen, sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre, meinen Dank für Ihr anhaltendes Vertrauen in unser Unternehmen aussprechen.

Metzingen, den 6. März 2024

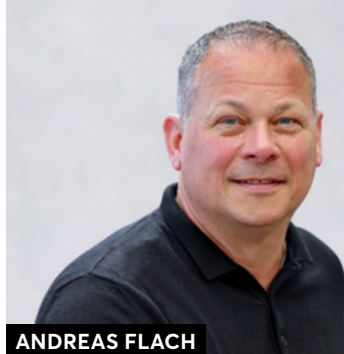
Für den Aufsichtsrat



Hermann Waldemer

Vorsitzender des Aufsichtsrats

AUFSICHTSRAT



AUFSICHTSRAT**Aktionärsvertreter****Hermann Waldemer**

(Blitzingen, Schweiz)

Managementberater,
Vorsitzender des Aufsichtsrats,
Mitglied seit 2015**Iris Eppe-Righi**

(München, Deutschland)

Managementberaterin,
Mitglied seit 2020**Gaetano Marzotto**

(Mailand, Italien)

Aufsichtsratsvorsitzender
Gruppo Santa Margherita S.p.A.,
Fossalta di Portogruaro, Italien,
Mitglied seit 2010**Luca Marzotto**

(Venedig, Italien)

Vorstandsvorsitzender
Zignago Holding S.p.A.,
Fossalta di Portogruaro, Italien,
Mitglied seit 2010**Christina Rosenberg**

(München, Deutschland)

Managementberaterin
innotail, München, Deutschland,
Mitglied seit 2020**Robin J. Stalker**

(Oberreichenbach, Deutschland)

Chartered Accountant,
Mitglied seit 2020**Arbeitnehmervertreter****Sinan Piskin**

(Metzingen, Deutschland)

Kaufmännischer Angestellter/
Betriebsratsvorsitzender HUGO BOSS AG,
Metzingen, Deutschland,
Stellvertretender Vorsitzender
des Aufsichtsrats,
Mitglied seit 2008**Andreas Flach**

(Weil der Stadt, Deutschland)

Gewerkschaftssekretär/Projektleiter
des Gemeinsamen Erschließungsprojektes
der IG Metall Baden-Württemberg,
Mitglied seit 2023**Katharina Herzog**

(Reutlingen, Deutschland)

Senior Vice President
Group Finance & Tax HUGO BOSS AG,
Metzingen, Deutschland,
Mitglied seit 2020**Daniela Liburdi**

(Sindelfingen, Deutschland)

Kaufmännische Angestellte/
Stellvertretende Betriebsratsvorsitzende
HUGO BOSS AG,
Metzingen, Deutschland,
Mitglied seit 2023**Tanja Silvana Nitschke**

(Inzigkofen, Deutschland)

1. Bevollmächtigte der
IG-Metall-Geschäftsstelle Reutlingen-Tübingen,
Reutlingen, Deutschland,
Mitglied seit 2015**Bernd Simbeck**

(Metzingen, Deutschland)

Kaufmännischer Angestellter
HUGO BOSS AG,
Metzingen, Deutschland,
Mitglied seit 2021
(zuvor bereits von 2010 bis 2015)**Anita Kessel**

(Metzingen, Deutschland)

Kaufmännische Angestellte
HUGO BOSS AG,
Metzingen, Deutschland,
Mitglied von/bis 2015/2023**Martin Sambeth**

(Tiefenbronn, Deutschland)

2. Bevollmächtigter und Kassierer
der IG-Metall-Geschäftsstelle Karlsruhe,
Karlsruhe, Deutschland,
Mitglied von/bis 2016/2023**Ausschüsse des Aufsichtsrats¹****ARBEITSAUSSCHUSS**

- **Hermann Waldemer (Vorsitz)**
- Iris Eppe-Righi
- Katharina Herzog
- Luca Marzotto
- Tanja Silvana Nitschke
- Sinan Piskin

NOMINIERUNGS-AUSSCHUSS

- **Hermann Waldemer (Vorsitz)**
- Gaetano Marzotto

PERSONALAUSSCHUSS

- **Hermann Waldemer (Vorsitz)**
- Daniela Liburdi
- Luca Marzotto
- Sinan Piskin
- Christina Rosenberg
- Bernd Simbeck

PRÜFUNGS-AUSSCHUSS

- **Robin J. Stalker (Vorsitz)**
- Andreas Flach
- Gaetano Marzotto
- Sinan Piskin
- Bernd Simbeck
- Hermann Waldemer

VERMITTLUNGS-AUSSCHUSS

(gemäß § 27 Abs. 3 MitbestG)

- **Hermann Waldemer (Vorsitz)**
- Daniela Liburdi
- Gaetano Marzotto
- Sinan Piskin

UNSERE AKTIE

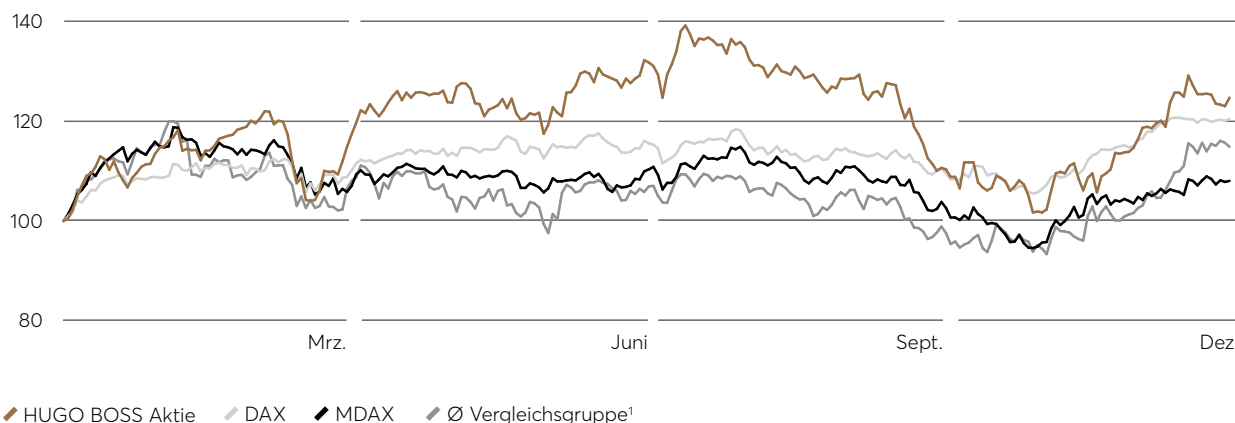
HUGO BOSS Aktie mit starkem Zuwachs von 25 % im Jahr 2023

Deutliche Outperformance gegenüber relevanten Indizes und Wettbewerbern

Resilienz in volatilem Marktumfeld dank erfolgreicher Umsetzung von „CLAIM 5“

Für die globalen Finanzmärkte war 2023 ein weiteres Jahr, in dem makroökonomische und geopolitische Unsicherheiten im Vordergrund standen. In einem insgesamt volatilen und herausfordernden Marktumfeld verzeichnete die **HUGO BOSS Aktie** starke Zuwächse und beendete das Jahr mit einem Kurs von 67,46 EUR (2022: 54,16 EUR). Unterstützt wurde dies durch die weiterhin erfolgreiche Umsetzung der „CLAIM 5“-Strategie sowie die Erhöhung unserer mittelfristigen Finanzziele im Rahmen des Kapitalmarkttags im Juni. Mit einem **Anstieg von 25 %** entwickelte sich die HUGO BOSS Aktie nicht nur deutlich stärker als wichtige Indizes, sondern auch als die Aktien der meisten relevanten Wettbewerber, die durchschnittlich um rund 15 % zulegten.

KURSENTWICKLUNG 2023 (INDEX: 31. DEZEMBER 2022 = 100)



¹ Burberry Group plc, Capri Holdings Ltd., G-III Apparel Group, Guess Inc., Levi Strauss & Co., Moncler Group, PVH Corp., Ralph Lauren Corp., SMCP Group, Tapestry Inc., VF Corp.

Im Geschäftsjahr 2023 standen die globalen Aktienmärkte aufgrund der **anhaltenden makroökonomischen und geopolitischen Unsicherheiten** vor großen Herausforderungen. Zu Beginn des Jahres gab es gleich mehrere Themen, die die Aufmerksamkeit der Märkte auf sich zogen: das anhaltende Problem der hohen Inflation, die durch die Energiekrise verursachte Erdgasknappheit in Europa, eine kurzzeitige Bankenkrise, sowie Chinas strategische Abkehr von seiner Null-COVID-Politik. Als vorherrschende Themen für das Jahr 2023 stellten sich schlussendlich die **Entwicklung der Inflation und die entsprechende Reaktion der Zentralbanken heraus**. Vor dem Hintergrund dieser Herausforderungen sahen sich die Zentralbanken mit einem heiklen Balanceakt konfrontiert, da sie zwischen der Notwendigkeit, die Zinssätze zur Inflationsbekämpfung deutlich anzuheben, und dem Ziel, einen Konjunkturabschwung zu verhindern, navigieren mussten. Dieses Dilemma veranlasste sowohl die Fed als auch die EZB, im Jahresverlauf die Zinssätze auf Mehrjahreshochs anzuheben. Trotz einer relativ turbulenten ersten Jahreshälfte blieb die allgemeine Stimmung an den Märkten

jedoch optimistisch, gestützt durch Daten, die die **Widerstandsfähigkeit der Weltwirtschaft** entgegen den ursprünglichen Erwartungen bestätigte. Dies zeigte sich unter anderem in besonders robusten Arbeitsmarktdaten. Die insgesamt positive Stimmung begann sich jedoch in der zweiten Jahreshälfte einzutrüben, da der zunächst langsamer als erwartete Rückgang der Inflation in Verbindung mit den zunehmenden **geopolitischen Spannungen im Nahen Osten** die Risikoaversion vieler Kapitalmarktteilnehmer stiegen lies. Der Wendepunkt kam erst im November, als es Anzeichen für eine **deutliche Abkühlung der Inflation** gab und eine Rückkehr zu einer expansiveren Geldpolitik in Aussicht gestellt wurde. Als sich Hoffnung auf ein baldiges Ende der Zinserhöhungen breitmachte, erlebten die Märkte ab November einen deutlichen Aufschwung. Diese Erholung gegen Ende des Jahres führte dazu, dass die globalen Aktienmärkte das Börsenjahr 2023 schlussendlich überdurchschnittlich und damit insgesamt positiv abschließen konnten.

HUGO BOSS AKTIE IM VERGLEICH ZU WICHTIGEN INDIZES (VERÄNDERUNG IN %)

	1 Jahr	3 Jahre	5 Jahre	10 Jahre
HUGO BOSS Aktie	25	147	25	-35
DAX	20	22	59	75
MDAX	8	-12	26	64
MSCI World Textiles, Apparel & Luxury Goods	11	3	70	97

Das Jahr 2023 erwies sich trotz der hohen makroökonomischen und geopolitischen Unsicherheiten als ein insgesamt positives Jahr für Aktien. Vor diesem Hintergrund verzeichneten die wichtigsten deutschen Indizes im Jahr 2023 robuste Gewinne, wobei der **DAX** um 20 % und der **MDAX** um 8 % stieg. Der **MSCI World Textiles, Apparel & Luxury Goods Index**, der die Kursentwicklung der wichtigsten Unternehmen im Bekleidungs- und Luxusgütersegment widerspiegelt, entwickelte sich im Jahr 2023 ebenfalls positiv und beendete das Jahr mit einem Plus von 11 %.

DIE HUGO BOSS AKTIE

	2023	2022
Aktienanzahl	70.400.000	70.400.000
Davon ausstehende Aktien	69.016.167	69.016.167
Davon eigene Aktien	1.383.833	1.383.833
Aktienkurs in EUR¹		
Schlusskurs (31. Dezember)	67,46	54,16
Höchstkurs	75,26	58,52
Tiefstkurs	54,46	43,65
Marktkapitalisierung (31. Dezember) in Mio. EUR	4.749	3.813
Ergebnis je Aktie in EUR²	3,74	3,04
Kurs-Gewinn-Verhältnis³	18,0	17,8
Dividende je Aktie in EUR⁴	1,35	1,00
Dividendenrendite in %^{3,4}	2,0	1,8
Ausschüttungssumme in Mio. EUR⁴	93	69
Ausschüttungsquote in %^{2,4}	36	33

1 Xetra.

2 Bezogen auf das auf die Anteilseigner entfallende Konzernergebnis.

3 Bezogen auf den Schlusskurs (31. Dezember) der Aktie.

4 2023: Dividendenvorschlag.

Vor dem Hintergrund des insgesamt herausfordernden Marktumfelds im Jahr 2023 zeigte sich die HUGO BOSS Aktie dank der **konsequenten und erfolgreichen Umsetzung unserer „CLAIM 5“-Strategie** äußerst widerstandsfähig. In den ersten Monaten des Jahres 2023 wurde die Stimmung der Anleger durch die Hoffnungen in Verbindung mit der Wiedereröffnung Chinas und die starke Nachfrage der europäischen Verbraucher beflügelt. Dies ermöglichte unserer Aktie einen sehr positiven Jahresstart. Darüber hinaus gaben die anhaltend starke Markendynamik von BOSS und HUGO und die damit zusammenhängende robuste Geschäftsentwicklung unserer Kursentwicklung zusätzlichen Auftrieb. Insbesondere die Tatsache, dass HUGO BOSS sowohl seine **Jahresprognose für 2022 übertraf**, die im Laufe des Jahres zweimal nach oben korrigiert worden war, als auch im Mai den **Ausblick für das Gesamtjahr 2023 anhebte** wirkte sich positiv auf das Sentiment aus. Auf dem Kapitalmarkttag im Juni 2023 präsentierte HUGO BOSS schließlich ein **strategisches Update zu „CLAIM 5“** und hob in diesem Zuge auch seine mittelfristigen Finanzziele an. Infolgedessen stieg unsere Aktie Mitte Juli auf ein Fünfjahreshoch von 75,26 EUR. Die erneute Anhebung unserer Prognose für das Geschäftsjahr 2023 stützte unseren Aktienkurs im August zusätzlich, jedoch nahmen die makroökonomischen und geopolitischen Unsicherheiten weiter zu und verstärkten die Sorgen um die Widerstandsfähigkeit des Verbrauchervertrauens. Hinzu kamen eine langsamer als erwartete Erholung in China und eine Normalisierung der Nachfrage in den USA und Europa. Infolgedessen **geriet der Konsumsektor insgesamt unter Druck**, so dass die Anleger ab September eine überwiegend risikoaverse Haltung annahmen. Dies führte zu einer deutlichen Abwertung des gesamten Premium- und Luxus-Bekleidungsmarktes, einschließlich der Aktie von HUGO BOSS, die ihren Jahrestiefststand von 54,46 EUR Ende Oktober kurz vor der Veröffentlichung der Ergebnisse des dritten Quartals erreichte. Letztere sorgten jedoch bei Anlegern für Erleichterung, da sich HUGO BOSS erfolgreich von allgemeinen Branchentrends abkoppeln konnte. Dadurch konnte unsere Aktie die in den Vorwochen erlittenen Verluste teilweise ausgleichen. Weiteren Aufwind erlangte unsere Aktie gegen Ende des Jahres durch die sich **insgesamt aufhellende Marktstimmung**. Letztendlich schloss unsere Aktie zum Jahresende 2023 bei 67,46 EUR, was einen kräftigen Anstieg von 25 % gegenüber dem Vorjahr darstellt. Gleichzeitig bedeutet dies eine deutliche Outperformance gegenüber relevanten Indizes und den meisten unserer relevanten Wettbewerber.

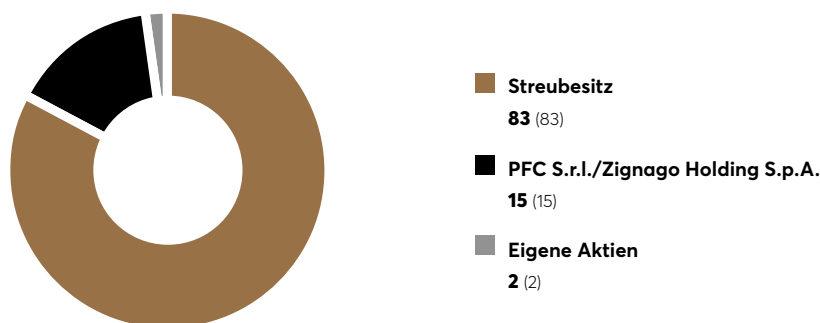
ISIN, WKN UND BÖRSENKÜRZEL HUGO BOSS AKTIE

ISIN	DE000A1PHFF7
WKN	A1PHFF
Börsenkürzel	BOSS

Handelsplätze: Xetra, Frankfurt am Main, Stuttgart, Düsseldorf, Hamburg, München, Hannover, Berlin/Bremen.

Die im MDAX gelistete HUGO BOSS Aktie belegte in der Rangliste der Free-Float-bereinigten **Marktkapitalisierung** der Deutschen Börse am Jahresende den 51. Platz (2022: 56. Platz), basierend auf der Gesamtzahl der Unternehmen im DAX, MDAX und SDAX. Bezogen auf das **Handelsvolumen** rangierte die HUGO BOSS Aktie auf dem 48. Platz (2022: 48. Platz). Die **Gewichtung** der Aktie im MDAX belief sich Ende Dezember auf 2,7 % (31. Dezember 2022: 2,2 %). Im Tagesdurchschnitt wurden 2023 rund 270.000 Aktien auf Xetra gehandelt (2022: rund 475.000). Die Handelsvolumina waren trotz des anhaltend hohen Niveaus etwas rückläufig, was zum einen auf allgemein geringe Handelsvolumina bei deutschen Indizes und zum anderen auf die höhere Stabilität der Aktionärsbasis im Zuge der erfolgreichen Ausrichtung auf langfristig orientierte Investoren zurückzuführen ist.

AKTIONÄRSSTRUKTUR ZUM 31. DEZEMBER (IN % DES GRUNDKAPITALS)



2023 (2022)

Im Laufe des Jahres 2023 haben die **PFC S.r.l.** und die **Zignago Holding S.p.A.**, die jeweils von der Familie Marzotto kontrolliert werden, ihre strategische Investition in HUGO BOSS unverändert beibehalten. Ihre Stimmrechtsanteile beliefen sich zum 31. Dezember 2023 damit weiterhin auf insgesamt 15,45%. Die beiden Gesellschaften haben ihre Anteile durch eine Aktionärsvereinbarung gebündelt (Pooling). **HUGO BOSS** selbst hält 1.383.833 Stück eigene Aktien, die im Rahmen eines Aktienrückkaufs in den Jahren 2004 bis 2007 erworben wurden. Dies entspricht einem Anteil von 1,97% beziehungsweise 1.383.833 EUR am Grundkapital. Die verbleibenden 82,55% der Aktien befanden sich zum Jahresende im **Streubesitz** (Free Float).

> **Rechtliche Angaben**

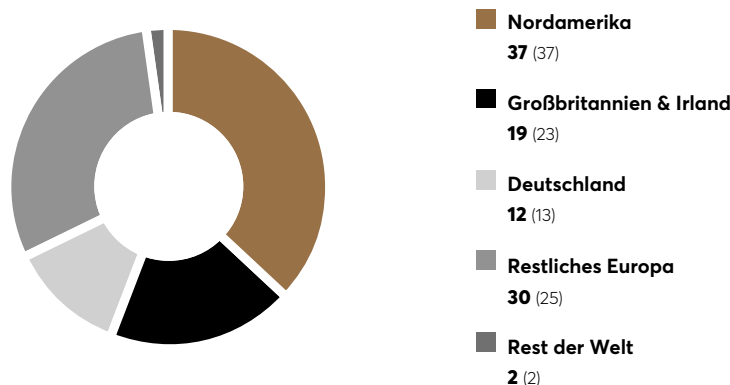
Im Rahmen der Hauptversammlung 2020 wurde HUGO BOSS eine erneute **Ermächtigung zum Aktienrückkauf** bis zu einem Anteil von 10% des ausstehenden Grundkapitals erteilt, die bis zum 26. Mai 2025 befristet ist. Davon machte das Unternehmen bis zum 31. Dezember 2023 keinen Gebrauch. > **Rechtliche Angaben**

Im Geschäftsjahr 2023 haben Mitglieder des Vorstands weitere HUGO BOSS Aktien erworben. Eine Darstellung der HUGO BOSS AG gemeldeten **Eigengeschäfte von Vorstand und Aufsichtsrat** nach Artikel 19 Verordnung (EU) Nr. 596/2014 (Marktmissbrauchsverordnung) ist auf der Unternehmenswebsite unter kapitalmarktnachrichten.hugoboss.com veröffentlicht. Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats hielten zum Ende des Geschäftsjahrs 2023 zusammen weiterhin rund 1,5% der von HUGO BOSS ausgegebenen Aktien.

> **Konzernanhang, Textziffer 25**

Im Geschäftsjahr 2023 erhielt HUGO BOSS **diverse Stimmrechtsmitteilungen** von institutionellen Investoren. Das Unternehmen hat diese Mitteilungen im Wortlaut auf der Unternehmenswebsite unter kapitalmarktnachrichten.hugoboss.com veröffentlicht.

REGIONALE VERTEILUNG DER INSTITUTIONELLEN INVESTOREN (STREUBESITZ) ZUM 31. DEZEMBER (IN %)

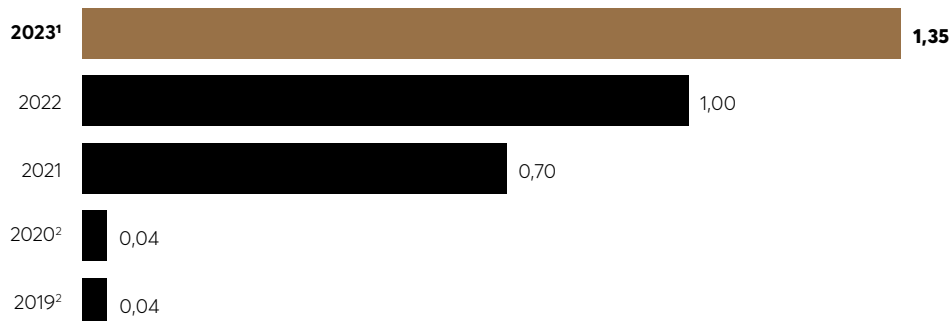


2023 (2022)

Zur gezielten Ansprache der in HUGO BOSS investierten institutionellen Anleger führt das Unternehmen regelmäßig Analysen der im Free Float gehaltenen Aktien durch. Im Rahmen der letzten Analyse konnten somit rund 97 % der Aktien zugeordnet werden. Neben der **regionalen Verteilung der institutionellen Investoren** lässt sich dabei auch der **Anteil der von Privataktionären gehaltenen Aktien** bestimmen. Letzterer liegt 2023 unverändert zum Vorjahr bei etwa 10 %. Auf Basis der Informationen des Aktienregisters schätzt das Unternehmen die Gesamtzahl seiner Aktionäre zum 31. Dezember 2023 auf rund 40.000 und damit in etwa auf Vorjahresniveau (2022: rund 40.000).

HUGO BOSS steht in engem Dialog mit Kapitalmarktteilnehmern und wird kontinuierlich von einer Vielzahl an **Finanzanalysten** beobachtet. 22 Analysten veröffentlichen regelmäßig Research-Berichte über HUGO BOSS (2022: 22 Analysten). Zum 31. Dezember 2023 empfahlen 64 % der Analysten unsere Aktie zum **Kauf** (2022: 41 %), 36 % zum **Halten** (2022: 55 %) und 0 % zum **Verkauf** (2022: 4 %), mit einem durchschnittlichen Kursziel von 79,36 EUR (2022: 59,82 EUR).

DIVIDENDE JE AKTIE (IN EUR)



¹ Dividendenvorschlag.

² Aufgrund der COVID-19-Pandemie hatte HUGO BOSS seine Dividendenzahlung für die Geschäftsjahre 2019 und 2020 ausgesetzt, mit Ausnahme der gesetzlichen Mindestdividende von 0,04 EUR je Aktie.

Angesichts der starken operativen und finanziellen Geschäftsentwicklung im Jahr 2023, der äußerst soliden Finanzlage und des Vertrauens des Managements in die langfristigen Wachstumschancen des Unternehmens beabsichtigen Vorstand und Aufsichtsrat der Hauptversammlung am 14. Mai 2024 eine **Dividende** von 1,35 EUR je Aktie für das Geschäftsjahr 2023 vorzuschlagen. Der Vorschlag entspricht einer Steigerung von 35 % gegenüber dem Vorjahr. Damit fällt der Anstieg des Dividendenvorschlags höher aus als der Anstieg des auf Anteilseigner entfallenden Konzernergebnisses. Der Vorschlag entspricht einer **Ausschüttungsquote** von 36 % und steht im Einklang mit der im Rahmen von „CLAIM 5“ angestrebten Ausschüttungsquote von 30 % bis 50 %. Sofern die Aktionäre dem Vorschlag zustimmen, wird die Dividende am 17. Mai 2024 ausgezahlt. Basierend auf der Anzahl der Ende 2023 ausstehenden Aktien wird die **Ausschüttungssumme** 93 Mio. EUR betragen (2022: 69 Mio. EUR). > [Prognosebericht](#)

HUGO BOSS möchte die Kapitalmarktteilnehmer im Rahmen **umfangreicher Kommunikationsmaßnahmen** zeitnah und transparent über aktuelle Entwicklungen des Konzerns informieren. Der Austausch zwischen institutionellen Investoren und HUGO BOSS erfolgt insbesondere im Rahmen nationaler und internationaler Konferenzbesuche sowie zahlreicher weltweiter Roadshow-Aktivitäten. Am **Kapitalmarkttag 2023** präsentierte HUGO BOSS ein Update seiner „CLAIM 5“-Strategie und erhöhte seine mittelfristigen Finanzziele. In diesem Rahmen bestand für anwesende Finanzanalysten und institutionelle Investoren die Möglichkeit, sich direkt mit dem Vorstand auszutauschen. Auch in Zukunft wird HUGO BOSS Vertreter des Kapitalmarkts regelmäßig über strategische Fortschritte und Entwicklungen informieren. Darüber hinaus stellen wir HUGO BOSS auf gezielten Veranstaltungen regelmäßig interessierten Privataktionären vor. Unsere **Investor-Relations-Website** group.hugoboss.com/investoren ist ein wichtiges Kommunikationsinstrument für die Bereitstellung detaillierter Informationen, darunter Pressemitteilungen, Stimmrechtsmitteilungen, Finanzberichte, der Finanzkalender sowie Präsentationen von Roadshows und Konferenzen.

Im Jahr 2023 wurde die Arbeit unseres Investor-Relations-Teams mehrfach ausgezeichnet, unter anderem mit dem renommierten **Institutional Investor Award** von Institutional Investor (erster Platz im Konsumsektor der Small- und Midcap-Unternehmen) sowie dem **Investors' Darling Award** des manager magazin und der HHL Leipzig Graduate School of Management (zweiter Platz im MDAX). Darüber hinaus erhielt unser digitaler Geschäftsbericht 2022 den **Digital Communications Award** (erster Platz in der Kategorie Nachhaltigkeits- und Geschäftsbericht). Mit dem starken Motto „Power“, das die erfolgreiche Umsetzung zahlreicher strategischer Initiativen widerspiegelt, sowie eines vollständig digitalen Ansatzes samt zahlreicher interaktiver Features, hat unser Geschäftsbericht die User Journey auf das nächste Level gehoben. > [irauszeichnungen.hugoboss.com](#)

KAPITEL 2

ZUSAMMENGEFASSTER LAGEBERICHT

33

KONZERNPROFIL

- 33 Geschäftstätigkeit und Konzernstruktur
- 39 Konzernstrategie
- 50 Unternehmenssteuerung
- 55 Mitarbeiter und Teams
- 62 Produktentwicklung und -innovation
- 67 Beschaffung und Produktion
- 71 Nachhaltigkeit

76

ZUSAMMENGEFASSTE NICHTFINANZIELLE ERKLÄRUNG

98

WIRTSCHAFTSBERICHT

- 98 Gesamtwirtschaftliche Lage und
Branchenentwicklung
- 101 Vergleich des tatsächlichen mit dem
prognostizierten Geschäftsverlauf
- 105 Ertragslage
- 116 Vermögenslage
- 119 Finanzlage
- 125 HUGO BOSS AG

129

PROGNOSEBERICHT

133

RISIKO- UND CHANCENBERICHT

157

GESAMTAUSSAGE ZUM GESCHÄFTSVERLAUF UND ZUR LAGE DES KONZERNS

Weitere Bestandteile des Zusammengefassten Lageberichts bilden die Kapitel
„Rechtliche Angaben“ (S. 202 – 205) und „Weitere Angaben zur EU-Taxonomie“ (S. 286 – 288).

GESCHÄFTSTÄTIGKEIT UND KONZERNSTRUKTUR

Führendes globales
Mode- und Lifestyle-
Unternehmen im
Premiumbereich

Portfoliostrategie mit
zwei einzigartigen
Marken – BOSS und
HUGO

Starke globale
Präsenz mit ~8.000
Verkaufspunkten und
>70 digitalen Märkten

Geschäftstätigkeit

HUGO BOSS IM ÜBERBLICK

**4,2**

Umsatz (Mrd. EUR)

**~19.000**Mitarbeiter¹**131**

Länder

¹ Vollzeitäquivalent (Full-time equivalent, FTE).

HUGO BOSS, mit Hauptsitz in Metzingen (Deutschland), ist ein führendes **globales Fashion- und Lifestyle-Unternehmen** im Premiumsegment, das ein umfassendes Angebot an hochwertiger Damen- und Herrenbekleidung, Schuhen und Accessoires bietet. Das Unternehmen verfolgt eine Portfoliostrategie, bestehend aus aktuell zwei weltweit bekannten Marken – **BOSS** und **HUGO**. Während sich beide Marken durch individuelle Attribute klar voneinander unterscheiden, eint sie derselbe hohe Anspruch an Qualität, Innovation und Nachhaltigkeit sowie das Ziel, Konsumenten 24/7 und für jeden Anlass perfekt auszustatten. Unsere **Wachstumsstrategie „CLAIM 5“** ist eng mit unserer Vision verknüpft, die weltweit führende technologiegesteuerte Modeplattform im Premiumbereich zu sein, und unserer Ambition, zu den 100 weltweit führenden Marken zu gehören. Entscheidend für die erfolgreiche Umsetzung von „CLAIM 5“ sind dabei insbesondere die Leidenschaft und das Engagement unserer rund 19.000 Mitarbeiter weltweit (2022: rund 17.000 Mitarbeiter). Im Geschäftsjahr 2023 erzielte HUGO BOSS einen Rekordumsatz von 4,2 Mrd. EUR (2022: 3,7 Mrd. EUR) und überschritt damit erstmals in seiner Geschichte die Marke von 4 Mrd. EUR. [> Konzernstrategie](#)

PORTFOLIOSTRATEGIE VON HUGO BOSS



Mit **BOSS** sprechen wir Konsumenten an, die ein selbstbestimmtes Leben führen, eine klare Haltung zeigen und Ambitionen zielstrebig verfolgen – **„Be your own BOSS“**. Als 24/7-Lifestyle-Marke bietet BOSS Konsumenten das perfekte Outfit für jede Gelegenheit – vom Büro über formelle Anlässe bis hin zu Freizeit und Sport. Mit vier klar voneinander unterscheidbaren Markenlinien deckt die Marke dabei sämtliche Trageanlässe ab. Die größte Markenlinie, BOSS Black, setzt auf modernes Tailoring sowie smarte Casualwear. Daneben bietet BOSS Camel ein noch exklusiveres Produktsortiment, das sich auf die hochwertige Handwerkskunst der Marke konzentriert. Casualwear-Produkte werden hauptsächlich unter der Markenlinie BOSS Orange angeboten, während BOSS Green einen starken Fokus auf Sportswear legt und Verbraucher für einen aktiven Lebensstil ausstattet. Die weitere Stärkung des Casualwear-Angebots, das BOSS in den vergangenen Jahren sukzessive ausgebaut hat, bleibt ein wichtiger Schwerpunkt, um vor allem neue, jüngere Kundengruppen anzusprechen. Gleichzeitig streben wir mit BOSS danach, unsere führende Position im Bereich der Formalwear zu behaupten, indem wir Innovationen in diesem Segment vorantreiben und ein hervorragendes Preis-Leistungs-Verhältnis bieten.

HUGO adressiert Konsumenten, für die der Kleidungsstil Ausdruck der individuellen Persönlichkeit ist – ganz nach dem Motto **„HUGO your way“**. HUGO setzt auf ein breites Sortiment an kommerziellen und modernen Produkten, die den authentischen und unkonventionellen Stil der Marke widerspiegeln und jederzeit für einen stilsicheren Auftritt sorgen. In diesem Zusammenhang hat HUGO seine neue Markenlinie HUGO BLUE eingeführt, die darauf abzielt, das Potenzial im Bereich Denimwear auszuschöpfen, wobei deren Produkte erstmals Anfang 2024 auf den Markt kommen. Das bestehende Produktangebot wird fortan unter HUGO RED erhältlich sein, mit einem klaren Schwerpunkt auf Street Tailoring. > **Konzernstrategie, „Product is Key“**

Neben einem breiten Angebot an Bestseller-Produkten sowie unseren **saisonalen BOSS und HUGO Kollektionen** sollen inspirierende Kapselkollektionen und wirkungsvolle Kollaborationen mit bekannten Marken und Persönlichkeiten die Relevanz von BOSS und HUGO weiter steigern. Damit wollen wir in erster Linie jüngere Zielgruppen, allen voran die für die Premium-Bekleidungsbranche besonders relevanten Millennials bei BOSS und Gen Z bei HUGO, ansprechen. Um die Markenbegehrlichkeit zu erhöhen, die Markenbekanntheit zu steigern und Fans rund um den Globus zu gewinnen, verfolgen wir zwei klar unterscheidbare **Marketingstrategien** mit besonderem Fokus auf soziale Medien. Dabei setzen wir sowohl auf globale Kampagnen mit Starbesetzung als auch auf spannende Markenevents. > **Konzernstrategie, „Boost Brands“, „Product is Key“**

Die **Design- und Entwicklungsarbeit** für unsere Kollektionen findet überwiegend in der Konzernzentrale in Metzingen (Deutschland) statt, während die Entwicklungszentren in Coldrerio (Schweiz) und Morrovalle (Italien) für ausgewählte Produktgruppen verantwortlich sind. Darüber hinaus haben wir **Lizenzen** für die Entwicklung und den Vertrieb von Produkten wie Düften, Brillen, Uhren, Kindermode sowie für neu eingeführte Lifestyle-Kategorien wie Reitsport und Radsport vergeben. Um die Markteinführungszeit und den Produktionsentwicklungsprozess zu verkürzen, setzen wir bereits heute überwiegend auf eine digitale Produktentwicklung. > **Produktentwicklung und -innovation**

HUGO BOSS fertigte im Geschäftsjahr 2023 17 % seines gesamten Beschaffungsvolumens in eigenen Werken (2022: 14 %). Unsere **fünf eigenen Produktionsstandorte** liegen allesamt in Europa, wobei Izmir (Türkei) den mit Abstand größten Standort darstellt. Im Rahmen von „CLAIM 5“ haben wir dessen Kapazitäten bereits in 2022 deutlich erweitert, indem wir die Produktion von Casualwear weiter gestärkt haben. Im Jahr 2023 wurden 83 % des Beschaffungsvolumens von **externen Zulieferern** in Lohnfertigung hergestellt oder als **Handelsware** bezogen (2022: 86 %). Die Partnerbetriebe sind dabei überwiegend in Asien und Europa angesiedelt. > **Beschaffung und Produktion**











Bei der Umsetzung unserer Vision, die weltweit führende technologiegesteuerte Modeplattform im Premiumbereich zu sein, spielt die Digitalisierung eine Schlüsselrolle. Um das volle Potenzial im digitalen Bereich auszuschöpfen, haben wir innerhalb unseres strategischen Claims „Lead in Digital“ ein starkes Bekenntnis zur weiteren **Digitalisierung unserer Geschäftsprozesse** entlang der gesamten Wertschöpfungskette verankert. Dies umfasst sämtliche relevanten Bereiche von der digitalen Trenderkennung und Produktentwicklung bis hin zu KI-gestützter Preisgestaltung, digitalen Showrooms und innovativen Erlebnissen im Metaverse. Der **HUGO BOSS Digital Campus** bildet das Herzstück unserer digitalen Geschäftsaktivitäten und verfolgt das Ziel, unsere digitalen Analysefähigkeiten weiter auszubauen, unsere globalen Onlineaktivitäten zu stärken und wertvolle Erkenntnisse und Effizienzsteigerungen entlang unserer Wertschöpfungskette zu erzielen. In diesem Zusammenhang wurde 2023 unsere wichtige Digital-TWIN-Initiative auf den Weg gebracht, eine technologiegesteuerte Business-Operations-Plattform, die die Flexibilität und Transparenz unserer Lieferkette weiter erhöhen soll. > **Konzernstrategie, „Lead in Digital“, „Organize for Growth“**

Bei HUGO BOSS setzen wir uns für den Schutz unseres Planeten und eine lebenswerte Zukunft für kommende Generationen ein. **Nachhaltigkeit** ist ein Anliegen, das für die unternehmerische Verantwortung und die laufende Geschäftstätigkeit des Unternehmens von zentraler Bedeutung ist. Unsere Nachhaltigkeitsstrategie zielt darauf ab, einen wichtigen Beitrag zu einem Planeten frei von Abfall und Verschmutzung zu leisten. Gleichzeitig wollen wir die hohe Qualität und Langlebigkeit unserer Produkte gewährleisten und dabei sicherstellen, dass diese sozial und ökologisch verantwortungsvoll produziert werden. Unsere **ambitionierten Nachhaltigkeitsziele** sind daher integraler Bestandteil unserer Geschäftstätigkeit und fest in „CLAIM 5“ verankert. Mit unserem klaren Bekenntnis zur Nachhaltigkeit stellen wir den Kunden und seine hohen Erwartungen in Bezug auf Nachhaltigkeit in den Mittelpunkt unseres Handelns. > **Nachhaltigkeit**

Das Produktangebot von BOSS und HUGO wird in insgesamt **131 Ländern** (2022: 132 Länder) vertrieben. Unsere Vertriebsaktivitäten gliedern sich dabei in **drei Absatzregionen**. EMEA (Europa inkl. Naher Osten und Afrika) stellte mit einem Anteil von 61% auch im Jahr 2023 (2022: 63%) die mit Abstand umsatzstärkste Region dar. Amerika und Asien/Pazifik trugen zuletzt 23% beziehungsweise 14% zum Konzernumsatz bei (2022: 22% und 13%). 2% des Konzernumsatzes entfielen auf das Lizenzgeschäft (2022: 3%). > **Ertragslage, Umsatz- und Ertragsentwicklung der Geschäftssegmente**

Um die Markenstärke entlang sämtlicher Verkaufspunkte sichtbar zu machen, werden wir unsere Vertriebsstruktur im Rahmen von „CLAIM 5“ weiter optimieren. In diesem Zusammenhang wollen wir vor allem unseren hochwertigen Vertriebskanal-Mix voll ausschöpfen, um ein **nahtloses Markenerlebnis über alle Kundenkontaktpunkte** hinweg zu gewährleisten. Der Vertrieb von BOSS und HUGO reicht somit vom stationären Einzelhandel über den stationären Großhandel bis hin zu digitalen Kanälen.

HUGO BOSS OMNICHANNEL-VERTRIEB

Stationärer Einzelhandel	Stationärer Großhandel	Onlinegeschäft  ONLINE ENTDECKEN
 Freistehende Geschäfte In Eigenregie geführte Vollpreisgeschäfte in bevorzugten Lagen	 Multibrand-Verkaufspunkte Allgemeine Verkaufsflächen in Multibrand-Geschäften	 Online-Store hugoboss.com Digitaler Flagship-Store mit separaten Markenwelten für BOSS und HUGO
 Shop-in-Shops Selbst geführte Vollpreis-Shop-in-Shops auf den Flächen von Partnern	 Shop-in-Shops Durch Partner geführte BOSS und HUGO Shop-in-Shops	 Partnerschaften mit Onlinehändlern Eigener Vertrieb im Konzessionsmodell auf Multibrand-Plattformen
 Outlets Verkauf von Waren der Vorsaison in spezialisierten Geschäften in stark frequentierten Randlagen	 Franchise Durch Partner geführte freistehende BOSS und HUGO Vollpreisgeschäfte	 Onlinevertrieb durch Partner Vertrieb der Marken BOSS und HUGO durch Onlinehändler

Im Jahr 2023 machte unser **stationäres Einzelhandelsgeschäft** 54 % des Konzernumsatzes aus (2022: 55 %). Zum Jahresende betrieben wir weltweit **489 freistehende Einzelhandelsgeschäfte** (2022: 470). Um das Potenzial unseres stationären Einzelhandels voll auszuschöpfen, streben wir eine weitere Steigerung der Produktivität unseres bestehenden Storenetzwerks, die derzeit bei 12.400 EUR pro m² liegt, sowie eine selektive Ausweitung in Schlüsselmärkten an. Ersteres umfasst auch den Rollout unserer neuesten Storekonzepte für BOSS und HUGO, die darauf abzielen, das Kundenerlebnis weiter zu verbessern. Outlets sowie im Rahmen des Konzessionsmodells selbst geführte Shop-in-Shops in Department Stores ergänzen unser Vertriebsnetz. Insgesamt betrieben wir zum Jahresende **1.418 eigene stationäre Verkaufspunkte** (2022: 1.316), wobei umfangreiche Omnichannel-Services das stationäre Einzelhandelsgeschäft eng mit unserem eigenen Onlinegeschäft verknüpfen.

Unser **stationäres Großhandelsgeschäft** trug im vergangenen Geschäftsjahr 25 % zum Konzernumsatz bei (2022: 25 %). Während Department Stores und Fachhändler BOSS und HUGO entweder in separaten Shop-in-Shops oder aber im Multibrand-Umfeld vertreiben, führen Franchisenehmer freistehende Geschäfte vor allem in aufstrebenden Märkten, die nicht durch unseren eigenen Einzelhandel bedient werden. Im Rahmen von „CLAIM 5“ bleibt die weitere Stärkung des weltweiten Franchise-Geschäfts von zentraler Bedeutung. Insgesamt umfasst unser Großhandelsgeschäft **rund 6.400 stationäre Verkaufspunkte**, darunter etwa 350 von Franchisenehmern geführte freistehende Geschäfte (2022: rund 6.100 stationäre Verkaufspunkte einschließlich rund 300 Franchise-Stores). Unter Einbeziehung unserer eigenen freistehenden Einzelhandelsgeschäfte, Shop-in-Shops und Outlets können Kunden BOSS und HUGO Produkte somit an insgesamt rund 7.800 stationären Verkaufspunkten weltweit erwerben (2022: rund 7.400).

Im Einklang mit unserem strategischen Claim „Lead in Digital“ streben wir zudem eine starke Präsenz an allen **digitalen Touchpoints** an – von unserem eigenen Online-Flagship hugoboss.com über unser Online-Konzessionsgeschäft bis hin zum digitalen Großhandel. Unser digitales Geschäft konnte auch im vergangenen Geschäftsjahr seinen zweistelligen Wachstumskurs erfolgreich fortsetzen und damit deutlich stärker wachsen als der Onlinemarkt insgesamt, so dass BOSS und HUGO weitere Marktanteile gewinnen konnten. Insgesamt stieg der Anteil der digitalen Umsätze am Konzernumsatz im Geschäftsjahr 2023 auf 19 % (2022: 18 %). Auch in Zukunft strebt HUGO BOSS ein deutliches Wachstum in diesem Kanal an. So soll der digitale Umsatz bis 2025 auf über 20 % des Konzernumsatzes steigen. Unser Online-Flagship hugoboss.com spielt in diesem Zusammenhang eine Schlüsselrolle. So haben wir im Laufe des Jahres 2023 weitere wichtige Fortschritte bei der Verbesserung des digitalen Erlebnisses an diesem wichtigen Kundenkontaktpunkt gemacht. Inzwischen können Kunden in **73 Märkten** BOSS und HUGO Produkte über hugoboss.com erwerben (2022: 70 Märkte). Darüber hinaus haben wir Anfang 2023 unsere App hugoboss.com erfolgreich relauncht und damit das mobile Shoppingerlebnis weiter gestärkt. > **Konzernstrategie, „Drive Omnichannel“**, > **Ertragslage**

Konzernstruktur

Alle wichtigen Leitungsfunktionen sind in unserer Konzernzentrale in Metzingen gebündelt. Die Steuerung des Konzerns obliegt der **Muttergesellschaft** HUGO BOSS AG, die als deutsche Aktiengesellschaft über eine duale Führungs- und Kontrollstruktur verfügt. Der Vorstand trägt die Verantwortung für die Steuerung des Konzerns wie auch für die erfolgreiche Umsetzung der Strategie. Die Geschäftsführung des Vorstands wird wiederum vom Aufsichtsrat überwacht, der dem Vorstand auch beratend zur Seite steht. Des Weiteren setzt sich der Konzern, zusätzlich zur HUGO BOSS AG, aus **64 konsolidierten Tochtergesellschaften** zusammen, die die Verantwortung für die lokalen Geschäftstätigkeiten tragen. Hierbei sind 41 Tochtergesellschaften als Vertriebsgesellschaften organisiert, vier als Produktionsgesellschaften. > **Konzernanhang, Konsolidierungskreis**

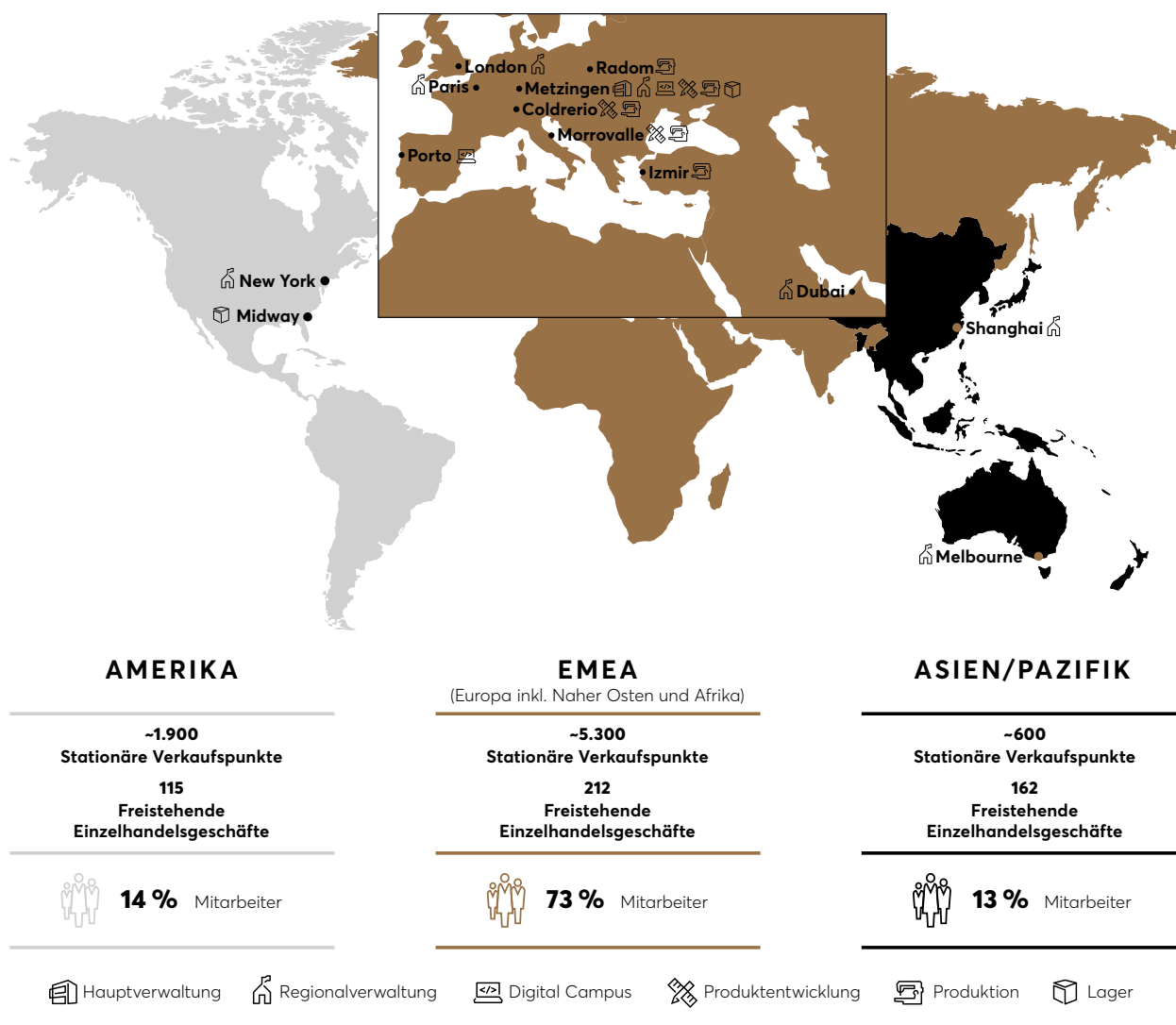
HUGO BOSS ist **regional strukturiert**, wobei die Regionen EMEA, Amerika und Asien/Pazifik sowie das Lizenzgeschäft unsere Geschäftssegmente bilden.

HUGO BOSS KONZERNSTRUKTUR

Vorstand				
Zentralbereiche	Brand Management/Business Units		IT	
	Business Operations		Logistik	
	Business Planning & Analysis/ Risikomanagement		Marketing	
	Design/Creative Management		Omnichannel	
	Finanzen/Steuern		Personal	
	Gebäudemanagement & Einkauf		Recht/Compliance	
	Innenrevision		Unternehmenskommunikation	
	Investor Relations		Unternehmensstrategie	
Geschäftssegmente	EMEA	Amerika	Asien/Pazifik	Lizenzen
Hubs (Einzelmärkte)	Nordeuropa	Amerika (USA/ Kanada/ Lateinamerika)	China	Südostasien/ Pazifik
	Zentral-/Osteuropa			
	Westeuropa			
	Emerging Markets			

Die in den **Zentralbereichen** der HUGO BOSS AG angesiedelten Funktionen decken alle relevanten Teile der Wertschöpfungskette ab, insbesondere das Design- und Kreativmanagement, die Produktentwicklung, Produktion und Beschaffung sowie die Distribution unserer Kollektionen in die Märkte. Die Ausgestaltung und erfolgreiche Umsetzung unserer „CLAIM 5“-Strategie erfolgt marktindividuell, um eine starke Kundenorientierung sicherzustellen und dynamisch auf marktspezifische Entwicklungen reagieren zu können. Die einzelnen Märkte sind dabei in **Hubs** zusammengefasst, wobei das lokale Management direkt an den Chief Sales Officer (CSO) berichtet. Dies soll eine enge Abstimmung mit den Zentralfunktionen und kurze Entscheidungswege gewährleisten. Außerdem sind in den Hub-Organisationen und in den Zentralbereichen bestimmte Funktionen länderübergreifend gebündelt, um spezialisierte Kompetenzen möglichst effektiv zu nutzen und Kostensynergien zu erzielen.

HAUPTSTANDORTE/WELTWEITE MARKTPRÄSENZ



KONZERNSTRATEGIE

Vision, die weltweit führende technologie-gesteuerte Mode-plattform im Premium-bereich zu sein

Steigerung der Relevanz von BOSS und HUGO mit der Ambition, eine der 100 weltweit führenden Marken zu sein

Mittelfristige Finanz-ziele nach erfolg-reicher Umsetzung der „CLAIM 5“-Strategie angehoben

HUGO BOSS sieht in der sich schnell wandelnden Welt erhebliche **unternehmerische Chancen** und ist fest entschlossen, diese in den kommenden Jahren voll auszuschöpfen. Mit unseren beiden einzigartigen Marken BOSS und HUGO und deren umfangreichem Angebot an Premiumbekleidung, Schuhen und Accessoires sind wir bestens vorbereitet, um vor allem von einer global wachsenden Mittel- und Oberschicht zu profitieren. Dabei fokussieren wir uns insbesondere auf jüngere Konsumenten wie die **Millennials und die Gen Z**. Letztere wird Schätzungen zufolge bis 2030 die größte Konsumentengruppe innerhalb der Premium-Bekleidungsbranche ausmachen und ist für diese folglich besonders relevant. Um den hohen Anforderungen dieser Konsumentengruppen bestmöglich gerecht zu werden, wollen wir die **Relevanz von BOSS und HUGO** in den kommenden Jahren weiter steigern. Dies soll durch spannende Markeninitiativen, Produkte mit hervorragendem Preis-Leistungs-Verhältnis und ein nahtloses Markenerlebnis über alle Kundenkontaktpunkte hinweg erreicht werden. In diesem Zusammenhang wollen wir das große Potenzial der Digitalisierung voll ausschöpfen, unsere Wertschöpfungskette noch effizienter und flexibler gestalten und einen konsequenten Fokus auf die Förderung von Nachhaltigkeit legen.

Wachstumsstrategie „CLAIM 5“

Vor diesem Hintergrund hatten wir im August 2021 unsere **Wachstumsstrategie „CLAIM 5“** sowie unsere **Finanzziele bis 2025** vorgestellt. Im Mittelpunkt von „CLAIM 5“ steht das Ziel, die Relevanz unserer Marken spürbar zu erhöhen, überproportionales Umsatzwachstum zu erzielen und so die Marktanteile von BOSS und HUGO deutlich auszubauen.

VISION

DIE WELTWEIT FÜHRENDE TECHNOLOGIE-GESTEUERTE MODEPLATTFORM IM PREMIUM-BEREICH SEIN

MISSION

WE LOVE FASHION, WE CHANGE FASHION

AMBITION

EINE DER 100 WELTWEIT FÜHRENDEN MARKEN SEIN

„CLAIM 5“ zielt auf unsere Vision und unsere Ambition ab, die **weltweit führende technologiegesteuerte Modeplattform im Premiumbereich** und eine der **100 weltweit führenden Marken** zu sein. Dabei stellen wir die **Konsumenten** mehr denn je in den Mittelpunkt unseres Handelns, denn wir wollen sie zu echten Fans von BOSS und HUGO machen und sie somit langfristig an uns binden. Unsere Strategie basiert dabei auf **fünf strategischen Säulen**: „Boost Brands“, „Product is Key“, „Lead in Digital“, „Drive Omnichannel“ und „Organize for Growth“. Hinzu kommen ein deutliches Bekenntnis zu Nachhaltigkeit, ein klarer Umsetzungsplan sowie die Stärkung von Mitarbeitern und Teams. [> Mitarbeiter und Teams](#)

„CLAIM 5“-WACHSTUMSSTRATEGIE



MEHR ZU UNSERER STRATEGIE

Seit der Einführung von „CLAIM 5“ haben wir signifikante **Fortschritte bei allen fünf strategischen Prioritäten** erzielt. Dank der konsequenten Strategieumsetzung und unterstützt durch die Anfang 2022 vollzogene Markenerneuerung hat sich die Dynamik von BOSS und HUGO stark beschleunigt. So haben beide Marken erhebliche Fortschritte bei der Steigerung der Relevanz gemacht und ihre Marktanteile weltweit erheblich ausgebaut. Nachdem HUGO BOSS im Jahr 2022 erstmalig die Umsatzmarke von 3 Mrd. EUR überschritten hatte, übertraf der Konzernumsatz im Geschäftsjahr 2023 bereits unser ursprüngliches Mittelfristziel von 4 Mrd. EUR, und damit zwei Jahre früher als geplant. Daher hat HUGO BOSS auf seinem Kapitalmarkttag im Juni 2023 ein **Update seiner Wachstumsstrategie „CLAIM 5“** präsentiert und seine **mittelfristigen Umsatz- und Ergebnisziele erhöht**. Das Unternehmen strebt nunmehr einen Umsatz von 5 Mrd. EUR und eine EBIT-Marge von mindestens 12 % an.

„Mit ‚CLAIM 5‘ haben wir die richtige Strategie zum richtigen Zeitpunkt eingeführt. Dank des großen Engagements und der Leidenschaft unserer Teams haben wir herausragende Ergebnisse erzielt und unser mittelfristiges Umsatzziel von 4 Mrd. EUR bereits 2023 und damit zwei Jahre früher als geplant überschritten“, **sagt Daniel Grieder, Vorstandsvorsitzender von HUGO BOSS**. „Und wir haben alles, was wir brauchen, um unsere Erfolgsgeschichte fortzuschreiben. Dank der konsequenten Umsetzung von ‚CLAIM 5‘ sind wir zuversichtlich, auch in den kommenden Jahren überdurchschnittliche Umsatz- und Ergebnisverbesserungen zu erzielen.“

Um unsere starke Dynamik aufrechtzuerhalten und unsere mittelfristigen Finanzziele zu erreichen, wird die **konsequente Umsetzung unserer „CLAIM 5“-Strategie** auch in Zukunft im Mittelpunkt stehen. Gleichzeitig werden wir auch weiterhin in unser Geschäft investieren. Wir sind fest entschlossen, weitere Fortschritte entlang unserer fünf strategischen Prioritäten zu machen, globale Wachstumschancen zu nutzen und auch in Zukunft deutliche Umsatz- und Ergebnisverbesserungen zu erzielen. > **Konzernstrategie, Finanzziele 2025**

CLAIM 1 – Boost Brands

Mit dem Ziel die Relevanz und Wahrnehmung unserer Marken spürbar zu erhöhen, haben wir den Markenauftritt von BOSS und HUGO im Jahr 2022 umfassend erneuert – von den Logos über das Produkt und Marketing bis hin zu neuen Designkonzepten für unsere physischen und digitalen Kundenkontaktpunkte. Nach der erfolgreichen **Markenerneuerung** präsentieren sich beide Marken heute deutlich selbstbewusster, jünger und emotionaler. Auch in Zukunft werden wir auf der robusten Dynamik von BOSS und HUGO aufbauen, **unsere Position in den Köpfen der Konsumenten festigen** und die Markenstärke in den kommenden Jahren weiter ausbauen.

Um die Relevanz vor allem bei jüngeren Zielgruppen weiter zu steigern, wird HUGO BOSS seine Zweimarkenstrategie konsequent verfolgen und weiterentwickeln. So werden BOSS und HUGO auch in den kommenden Jahren auf **zwei klar voneinander unterscheidbare Marketingstrategien** setzen, mit dem Ziel, Verbraucher über sämtliche Kundenkontaktpunkte hinweg zu aktivieren und die Markenwirkung zu maximieren. Dazu wird das Unternehmen seine erfolgreiche, digital ausgerichtete Marketingstrategie im Rahmen von „CLAIM 5“ fortsetzen, unterstützt durch starbesetzte Kampagnen, inspirierende Kooperationen und einzigartige Markenevents. HUGO BOSS strebt deshalb auch zukünftig **Marketinginvestitionen** in Höhe von 7% bis 8% des Konzernumsatzes bis 2025 an. Dies hat zum Ziel, den Markenwert von BOSS und HUGO in den kommenden Jahren spürbar zu steigern. Im Einklang mit dieser Spanne lagen unsere Marketinginvestitionen im Geschäftsjahr 2023 bei 7,8% des Konzernumsatzes (2022: 7,9%) und folglich in etwa auf dem Vorjahresniveau. > **Zusammengefasste Nichtfinanzielle Erklärung, Markenstärke**

Nach der umfassenden Markenerneuerung 2022 war der Launch unserer neuesten **globalen Marketingkampagnen** ein besonderes Highlight im Jahr 2023. Dank der stärkeren Einbindung der weltweiten Fans von BOSS und HUGO und mithilfe unserer 360°-Kampagnen, konnten wir die Dynamik spürbar erhöhen. Dabei gelang es uns neue und jüngere Konsumenten für uns zu gewinnen und gleichzeitig bestehende Kunden anzusprechen. Die Frühjahr/Sommer- und Herbst/Winter-2023-**Kampagnen von BOSS** – mit dem markanten Slogan „BOSSes aren’t born. They’re made.“ – wurden erneut von einem hochkarätigen Staraufgebot präsentiert, zu dem unter anderem die Topmodels Naomi Campbell und Gigi Hadid, NFL-Superstar Patrick Mahomes sowie unsere BOSS Markenbotschafterin Alica Schmidt, Tennisstar Matteo Berrettini und TikTok-Superstar Khaby Lame zählten. Parallel dazu setzten die **HUGO Kampagnen** – getreu dem Markenmotto „HUGO your way“ – auf Stars der Gen Z wie Markenbotschafterin und TikTok-Creator Bella Poarch.

Aufregende **Markenevents** für BOSS und HUGO sollen die Begehrlichkeit unserer Marken weiter erhöhen und Konsumenten auf der ganzen Welt begeistern. In diesem Zusammenhang feierte BOSS im Jahr 2023 viel beachtete „See-now-buy-now“-Fashion-Shows in Miami und Mailand und begleitete angesagte Events im Skisport, Motorsport und Tennis. Ganz im Einklang mit unserem strategischen Claim „Lead in Digital“, präsentierte BOSS im März ausgewählte Outfits der Frühjahr/Sommer-2023-Kollektion zudem virtuell auf der Metaverse Fashion Week. HUGO wiederum feierte im Rahmen der Londoner Modewoche den Launch der

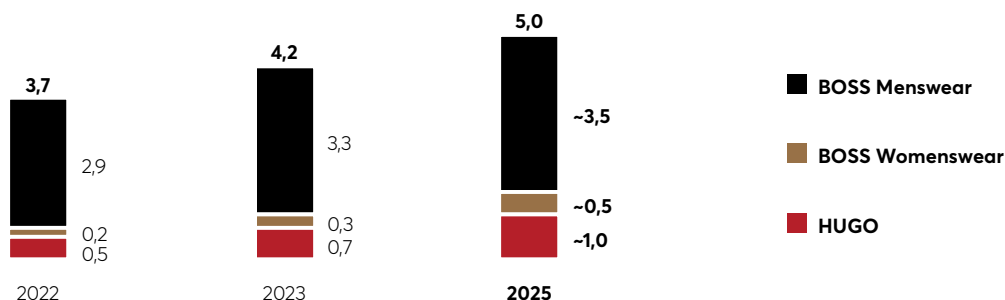
HUGO x Bella Poarch-Kapselkollektion und veranstaltete unter anderem in Shanghai die Live-Musik-Eventreihe „HUGO Nights“. Darüber hinaus haben **verschiedene Kooperationen** mit inspirierenden Persönlichkeiten und Marken die Dynamik im Jahr 2023 zusätzlich befeuert.

Insgesamt führten unsere zahlreichen Markeninitiativen im Jahr 2023 erneut zu **weltweitem Aufsehen, insbesondere in den sozialen Medien**, wodurch wir uns von wichtigen Wettbewerbern spürbar abheben konnten. Besonders deutlich wurde dies auf TikTok, wo unsere beiden Marken die wichtigsten Wettbewerber in Bezug auf die erzielte Reichweite deutlich übertrafen. BOSS konnte zudem, verglichen mit seinen wichtigsten Wettbewerbern, das größte Follower-Wachstum auf Instagram verzeichnen. Insgesamt konnten wir unseren **Markenwert** im Jahr 2023 somit weiter steigern, was uns unserem Ziel, eine der 100 weltweit führenden Marken zu sein, einen wichtigen Schritt näherbringt. > **Zusammengefasste Nichtfinanzielle Erklärung, Markenstärke**

CLAIM 2 – Product is Key

Unsere Produkte stehen im Mittelpunkt all unserer Geschäftsaktivitäten. Im Rahmen von „CLAIM 5“ investieren wir deshalb weiterhin in die **Optimierung unseres Preis-Leistungs-Verhältnisses**, um Premiumqualität sowie ein hohes Maß an Innovation und Nachhaltigkeit sicherzustellen und klare Unterscheidungsmerkmale zu garantieren. Dadurch soll insbesondere die Positionierung von BOSS und HUGO im Premiumbereich des globalen Bekleidungsmarkts gestärkt werden. In diesem Zusammenhang werden wir weiterhin einen besonderen Fokus auf die weitere Stärkung des **24/7-Lifestyle-Images** beider Marken legen, um sicherzustellen, dass Kunden für jede Gelegenheit perfekt gekleidet sind – vom Büro über formelle Anlässe bis hin zu Freizeit und Sport.

UMSATZZIELE NACH MARKEN¹ (IN MRD. EUR)



¹ Wie auf unserem Kapitalmarkttag im Juni 2023 dargelegt.

Wir wollen das Potenzial von BOSS und HUGO voll ausschöpfen und streben starkes Wachstum entlang all unserer Marken an. Mit einem besonderen Fokus auf Millennials soll die Premiumposition der Marke **BOSS** sowohl bei der Menswear als auch bei der Womenswear weiter gestärkt werden. Um dieses Ziel zu erreichen und unser 24/7-Lifestyle-Versprechen weiter zu stärken, werden wir auch künftig das Potenzial der Markenlinien BOSS Black, BOSS Orange und BOSS Green für **BOSS Menswear** voll ausschöpfen und zudem die Ende 2022 eingeführte exklusive Linie BOSS Camel weiter ausbauen. Letztere wurde im Jahr 2023 in mehreren wichtigen Märkten besonders gut angenommen. Folglich wollen wir das Produktangebot von BOSS Camel im Jahr 2024 und darüber hinaus erweitern und damit unsere Positionierung im Einstiegsbereich des Luxussegments weiter stärken. Aufbauend auf dem Erfolg bei der Menswear wurde vergangenes Jahr, neben der Wiedereinführung von BOSS Orange, auch BOSS Camel bei **BOSS Womenswear** gelauncht. Somit werden fortan sowohl bei BOSS Menswear als auch bei BOSS Womenswear Produkte von High-End Tailoring

bis hin zu Smart Casual und Active Lifestyle zu finden sein. **HUGO** hingegen wird sich auch in Zukunft auf die Ansprache der Gen Z und junggebliebener Konsumenten fokussieren. Dabei setzt HUGO auf ein breites Sortiment an kommerziellen und modernen Produkten, die den authentischen und unkonventionellen Stil der Marke widerspiegeln. Darüber hinaus werden wir mit der Markteinführung von HUGO BLUE Anfang 2024 gezielt Chancen im Bereich Denimwear nutzen. Gleichzeitig wird das bestehende Produktangebot fortan unter HUGO RED erhältlich sein, wobei der Schwerpunkt auf Street Tailoring liegt.

Neben den wichtigen **Hauptkollektionen** beider Marken sollen auch **Kapselkollektionen** und außergewöhnliche **Kooperationen** die Markenrelevanz von BOSS und HUGO steigern. BOSS entwickelte und lancierte 2023 zahlreiche Kapselkollektionen mit Markenbotschaftern wie Naomi Campbell sowie starken Partnern wie Porsche, Samsonite oder der American Football League NFL. HUGO kooperierte hingegen mit der Audio-Lifestyle-Marke Urbanista und Markenbotschafterin Bella Poarch. Darüber hinaus zielen beide Marken darauf ab, das große Potenzial neuer und bestehender sogenannter **Hero-Produkte** auszuschöpfen, wie etwa des innovativen BOSS Performance Suit, des ikonischen BOSS Statement Sweater oder der trendigen HUGO Outerwear-Jacke. > **Produktentwicklung und -innovation**

Mit Blick auf Trageanlässe und ganz im Einklang mit dem 24/7-Lifestyle-Image beider Marken sind wir bestrebt, unser Wachstumspotenzial über alle Marken und Trageanlässe hinweg zu nutzen. In diesem Zusammenhang werden wir auch weiterhin das **volle Potenzial der Casualwear ausschöpfen** und so den Trend der Casualisierung mit anführen. Bereits heute macht unser Casualwear-Geschäft insgesamt rund 50 % des Konzernumsatzes aus. Neben einer breiten Palette an Casualwear geht es bei der weiteren Expansion in diesem Segment auch darum, die Grenzen zwischen Casualwear und Formalwear weiter aufzulösen. Dank der Verschmelzung beider Trageanlässe ist es HUGO BOSS gelungen, die **Lücke zwischen Tailoring und Sportswear nahtlos zu schließen**. Gleichzeitig werden wir unser wichtiges Formalwear-Geschäft weiter stärken. Tailoring ist fest in der DNA unseres Unternehmens verankert. Dank der modernen Interpretation, innovativer Produktlösungen und des anhaltenden Trends zu einem legeren Lebensstil bietet **Formalwear auch zukünftig großes Potenzial** für unsere beiden Marken. Das Formalwear-Angebot unserer Marken, das rund 25 % des Konzernumsatzes ausmacht, umfasst ein breites Spektrum an schicken Business-Outfits, eleganter Abendgarderobe und innovativen Casual-Tailoring-Kombinationen. Dazu gehört auch unser BOSS Performance-Angebot, das formelle Kleidung mit einem besonders hohen Tragekomfort verbindet – von besonders dehnbaren bis hin zu waschmaschinenfesten Modellen. Damit bleiben wir unserem Anspruch treu, auch in den kommenden Jahren eine führende Position im gehobenen Premiumsegment des globalen Formalwear-Marktes einzunehmen. Abgerundet wird unser 24/7-Sortiment durch ein **umfangreiches Angebot an Schuhen und Accessoires** sowie weiteren Artikeln wie Bodywear und Hosiery, das insgesamt ebenfalls rund 25 % zum Konzernumsatz beiträgt.

CLAIM 3 – Lead in Digital

Die Digitalisierung ist eine zentrale Voraussetzung, um unsere Vision – die weltweit führende technologiegesteuerte Modeplattform im Premiumbereich zu sein – erfolgreich umzusetzen. Wesentlicher Bestandteil von „CLAIM 5“ ist daher unser klares Bekenntnis zur weiteren **Digitalisierung der unternehmerischen Aktivitäten** entlang der gesamten Wertschöpfungskette – vom Erkennen wichtiger Trends über die digitale Produktentwicklung bis hin zur KI-gestützten Preisgestaltung, digitalen Showrooms und innovativen Erlebnissen im Metaverse. Insbesondere ist die zunehmende Digitalisierung unserer Produktentwicklung von hoher strategischer Bedeutung. Im Rahmen von „Lead in Digital“ haben wir uns das Ziel gesetzt, bis 2025 mehr

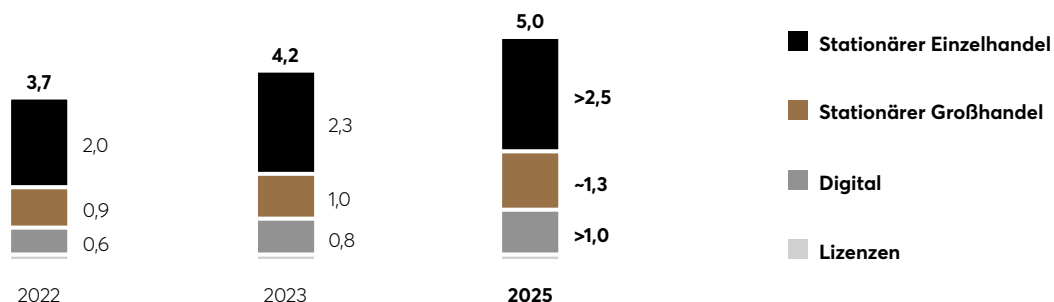
als 90 % unserer Produkte digital zu entwickeln (2023: rund 65 %). Insgesamt plant HUGO BOSS, bis 2025 seine **Investitionen in die Digitalisierung** um mehr als 150 Mio. EUR im Vergleich zu 2019 zu erhöhen, wobei bereits in den letzten beiden Geschäftsjahren ein deutlicher Anstieg zu verzeichnen war. > **Ertragslage, Umsatzlage**

Eine Schlüsselrolle kommt dabei dem Ende 2021 gegründeten und im vergangenen Jahr in Porto (Portugal) eingeweihten **HUGO BOSS Digital Campus** zu, der die digitalen Kompetenzen des Unternehmens spürbar erweitern und das Kundenerlebnis über die gezielte Nutzung von Daten auf das nächste Level bringen soll. Als innovativer und kreativer Daten-Hub legt der Digital Campus einen klaren Schwerpunkt auf die Stärkung unseres globalen Onlinegeschäfts und ermöglicht gleichzeitig aussagekräftige Einblicke und Effizienzsteigerungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Nach der erfolgreichen Umsetzung des **globalen Relaunches von hugoboss.com** Anfang 2022 hat der Campus im vergangenen Geschäftsjahr die Integration wichtiger digitaler Funktionen wie interaktive Shopping-Videos und virtuelle Anproben sowie den erfolgreichen Relaunch der hugoboss.com-App vorangetrieben. Aufbauend auf diesen Erfolgen wird der Campus auch künftig an zahlreichen digitalen Initiativen arbeiten, die allesamt darauf abzielen, die Besucherzahlen und Konvertierungsraten in unserem globalen Onlinegeschäft kontinuierlich zu verbessern. In diesem Zusammenhang strebt HUGO BOSS ebenfalls an, die vielen **Vorteile von künstlicher Intelligenz** bestmöglich für sich zu nutzen. Dies soll es uns in Zukunft unter anderem ermöglichen, den digitalen und physischen Einzelhandel noch enger zu verknüpfen und unseren Kunden somit ein erstklassiges Omnichannel-Erlebnis zu bieten.

CLAIM 4 – Drive Omnichannel

Seit der Einführung von „CLAIM 5“ im Jahr 2021 haben wir erhebliche Fortschritte erzielt, die wiedergewonnene Markenstärke auf sämtliche Kundenkontaktpunkte zu übertragen und den Kunden ein erstklassiges Omnichannel-Erlebnis zu bieten. Auch künftig wird sich das Unternehmen seinen hochwertigen Vertriebskanalmix auf globaler Ebene zunutze machen und ein **nahtloses Markenerlebnis über alle Kundenkontaktpunkte** hinweg gewährleisten.

UMSATZZIELE NACH VERTRIEBSKANÄLEN¹ (IN MRD. EUR)



¹ Wie auf unserem Kapitalmarkttag im Juni 2023 dargelegt.

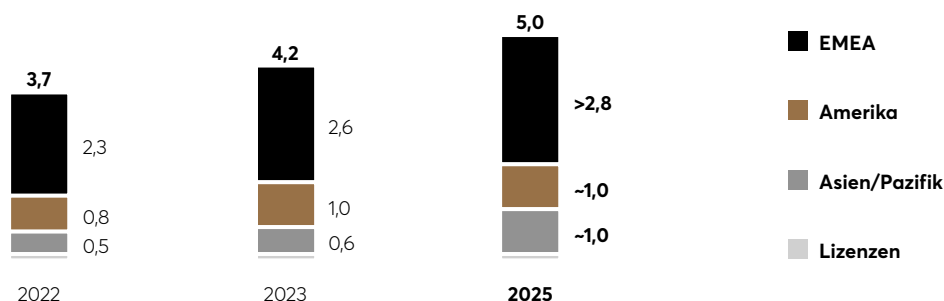
Mit einem auch in Zukunft erwarteten Umsatzanteil von rund 50 % bleibt der **stationäre Einzelhandel** für HUGO BOSS der mit Abstand umsatzstärkste Vertriebskanal. In diesem Zusammenhang will das Unternehmen **Produktivitätssteigerungen** im stationären Einzelhandel von mindestens 3 % pro Jahr auf ein Niveau von mindestens 13.000 EUR pro m² erzielen (2023: 12.400 EUR pro m²). Dies soll durch **Investitionen** von bis zu 600 Mio. EUR zwischen 2021 und 2025 zur Modernisierung, weiteren Optimierung und selektiven Ausweitung unserer globalen Einzelhandelspräsenz unterstützt werden. In diesem Zusammenhang bleibt der weitere

Rollout der neuesten BOSS und HUGO Storekonzepte, die deutlich emotionaler, ansprechender, digitaler und produktiver als die bisherigen sein sollen, der Schlüssel, um unsere Stores zu echten Erlebnispunkten zu entwickeln. Insgesamt wurden bis zum 31. Dezember 2023 weltweit rund 200 BOSS und HUGO Stores modernisiert oder mit den neuesten Storekonzepten ausgestattet, darunter wichtige Halo Stores in London, Dubai und Guangzhou. Bis 2025 wollen wir unser **Storenetzwerk im Vollpreissegment** auf rund 500 Verkaufspunkte ausbauen, wobei der Schwerpunkt auf der Expansion in Asien/Pazifik liegt. Um unsere BOSS und HUGO Fans zu überraschen und mit ihnen in direkten Kontakt zu treten, übernehmen wir weltweit aufsehenerregende Orte mit attraktiven **Pop-ups und Hospitality-Konzepten**, darunter die BOSS Bar in unserem Store in der Londoner Regent Street oder der AURA Skypool in Dubai.

Gleichzeitig soll der Anteil des **stationären Großhandels** am Konzernumsatz weiterhin bei rund 25% liegen. Seit der Einführung von „CLAIM 5“ konnten wir wichtige Fortschritte beim **Ausbau unserer Position** im stationären Großhandel machen und die Sichtbarkeit und Präsenz unserer beiden Marken in wichtigen europäischen und US-amerikanischen Department Stores erfolgreich steigern. In Zukunft wollen wir mit besonderem Fokus auf unsere wichtigsten Geschäftspartner das Potenzial sämtlicher Markenlinien von BOSS und HUGO voll ausschöpfen, um ein echtes 24/7-Markenerlebnis zu bieten und **weitere Marktanteile** im Großhandel zu gewinnen. Als Teil unserer Omnichannel-Strategie und um das Geschäft in aufstrebenden Märkten auf die nächste Stufe zu heben, werden wir zudem den **Ausbau unseres globalen Franchise-Geschäfts** forcieren, indem wir die Gesamtzahl der Franchise-Stores im Vollpreissegment in den kommenden Jahren von aktuell rund 350 auf 500 erhöhen. Daneben wollen wir das große Potenzial der Digitalisierung auch im stationären Großhandelsgeschäft voll ausschöpfen. So ermöglichen etwa unsere **virtuellen Showrooms** einen nahtlosen und zügigen Verkaufsprozess und fördern gleichzeitig die Nachhaltigkeit und Effizienz im Großhandel.

Die **digitalen Umsätze** sollen auch in den kommenden Jahren zweistellig wachsen. Entsprechend zielen wir darauf ab, den Anteil unseres digitalen Geschäfts am Konzernumsatz bis 2025 auf mehr als 20 % zu steigern. In diesem Zusammenhang werden wir uns vor allem darauf konzentrieren, das **digitale Einkaufserlebnis** kontinuierlich zu verbessern und weitere Marktanteile zu gewinnen – sowohl mittels unseres digitalen Flaggschiffs hugoboss.com als auch auf führenden Online-Marktplätzen und bei Online-Großhändlern. Im Geschäftsjahr 2023 haben die erzielten Verbesserungen des digitalen Einkaufserlebnisses zu einem Anstieg der Besucherzahlen und Konvertierungsraten beigetragen, was es unseren Marken ermöglicht hat, weitere Marktanteile im digitalen Bereich zu gewinnen. In diesem Zusammenhang spielten sowohl das stark verbesserte E-Commerce-Erlebnis auf hugoboss.com als auch der erfolgreiche **Relaunch unserer hugoboss.com-App** eine wichtige Rolle. Auch in Zukunft werden die weitere Optimierung und die globale Expansion unserer digitalen Präsenz entscheidend sein, um unseren Wachstumspfad erfolgreich fortzuschreiben.

Für unser **Lizenzgeschäft**, das unter anderem Düfte, Uhren und Brillen umfasst, sieht HUGO BOSS im Rahmen von „CLAIM 5“ ein Umsatzpotenzial von bis zu 200 Mio. EUR. Wir sehen erhebliche Wachstumschancen bei bestehenden und auch neuen Produktgruppen und haben uns zum Ziel gesetzt, dieses Potenzial in den kommenden Jahren sukzessive auszuschöpfen. Im Jahr 2023 erweiterte BOSS sein 24/7-Lifestyle-Angebot durch die gezielte Ausweitung seines Produktangebots auf wichtige Lifestyle-Bereiche wie den Reitsport oder den Radsport.

UMSATZZIELE NACH REGIONEN¹ (IN MRD. EUR)

¹ Wie auf unserem Kapitalmarkttag im Juni 2023 dargelegt.

Neben dem weiteren Wachstum über alle Kundenkontaktpunkte hinweg ist es unsere klare Ambition, im Rahmen von „CLAIM 5“ **breit angelegtes Wachstum voranzutreiben und Marktanteile in allen Regionen zu erzielen**. In der Region **EMEA** sollen sowohl Kernmärkte wie Deutschland, Großbritannien und Frankreich als auch wichtige Wachstumsmärkte wie etwa der Nahe Osten zur weiteren Umsatzverbesserung beitragen. Das Wachstum soll durch die weitere Verbesserung und den Ausbau unseres Storenetzwerks, den beschleunigten Ausbaus unseres Franchise-Geschäfts und das volle Ausschöpfen sämtlicher Markenlinien vorangetrieben werden. In der Region **Amerika** werden wir insbesondere im wichtigen US-Markt, wo wir in den vergangenen zwei Jahren eine außergewöhnlich starke Dynamik verzeichneten, unser 24/7-Markenimage weiter vorantreiben. Darüber hinaus wollen wir die Sichtbarkeit unserer Marken in US-amerikanischen Department Stores weiter ausbauen, die Präsenz auf digitalen Marktplätzen erhöhen und unser Vertriebsnetzwerk in Lateinamerika stärken. Der Umsatzanteil der Region **Asien/Pazifik** soll im Rahmen von „CLAIM 5“ auf rund 20 % zulegen. In diesem Zusammenhang werden wir uns weiter darauf fokussieren, das große Potenzial beider Marken in China und Südostasien & Pazifik voll auszuschöpfen. Um unsere Position im gehobenen Premiumsegment in der Region zu sichern, werden wir unser Vertriebsnetzwerk weiter stärken, wozu auch die Ausweitung des digitalen Geschäfts und des Social Commerce mit wichtigen Partnern gehört. [> Wirtschaftsbericht, Ertragslage](#)

CLAIM 5 – Organize for Growth

Um den langfristigen Erfolg von HUGO BOSS zu sichern, zielen wir im Rahmen unseres Claims „Organize for Growth“ darauf ab, unsere gesamte Organisation zu einer Plattform für **Schnelligkeit und Wachstum** umzugestalten. Seit der Einführung von „CLAIM 5“ haben wir unser Geschäftsmodell erfolgreich auf einen Plattformansatz umgestellt. In diesem Zuge haben wir eine schlanke, markengeführte Organisationsstruktur implementiert, die eine konsequente Umsetzung der Strategie auf globaler Ebene ermöglicht. Darüber hinaus haben wir die Weichen für weiteres Wachstum gestellt, indem wir unseren Firmensitz in Metzingen (Deutschland) erweitern und ausbauen. Zwischen 2021 und 2025 investieren wir insgesamt mehr als 100 Mio. EUR in die Aufwertung unseres Firmensitzes. Dies umfasst auch den Bau eines zusätzlichen Verwaltungsgebäudes, dessen Fertigstellung für 2025 geplant ist. Hinzu kommen verstärkte Investitionen in die Wertschöpfungskette, um künftiges Wachstum und weitere Effizienzsteigerungen sicherzustellen. In diesem Zusammenhang haben wir 2023 wichtige Fortschritte bei unserer **Digital-TWIN-Initiative** erzielt. Diese zielt darauf ab, durch die Implementierung einer technologiegestützten Operations-Plattform datenbasierte Entscheidungen zu ermöglichen und die Kundennachfrage in Zukunft noch besser bedienen zu können. Der Digital TWIN soll die Flexibilität und Transparenz der globalen Lieferkette weiter erhöhen und einen positiven Beitrag zu künftigem Wachstum, zur Profitabilität und zur Nachhaltigkeit des Unternehmens leisten.

Gleichzeitig werden wir unsere Nearshoring-Initiativen fortsetzen, um unsere regionalen Beschaffungs- und Produktionsaktivitäten noch besser auf unsere Absatzmärkte, insbesondere EMEA und Amerika, abzustimmen. Dies beinhaltet auch unser Bestreben, in den kommenden Jahren unsere **Eigenproduktion weiter auszuweiten**. Der Stärkung unseres mit Abstand größten eigenen Produktionsstandorts in Izmir (Türkei) kommt in diesem Zusammenhang eine zentrale Rolle zu. Mit der Eröffnung einer zusätzlichen Produktionsstätte in Izmir zur Herstellung von Casualwear haben wir diesbezüglich bereits 2022 einen wichtigen Schritt unternommen. Darüber hinaus planen wir zur Unterstützung langfristigen Wachstums unsere **globalen Logistikkapazitäten** um rund 40 % bis 2025 zu erhöhen. Dies umfasst auch den Ende 2023 initiierten Ausbau eines unserer wichtigen Logistikzentren nahe des Firmensitzes in Metzingen. Das mehrjährige Projekt zielt darauf ab, sowohl die Versand- und Lagerkapazität zu steigern als auch wichtige Prozesse weiter zu digitalisieren und zu automatisieren. Insgesamt sollen unsere strategischen Initiativen es uns ermöglichen, künftig noch schneller und flexibler zu agieren, um den Konsumentenwünschen bestmöglich entsprechen zu können. **> Produktentwicklung und -innovation, > Beschaffung und Produktion**

Sustainable Throughout

Nachhaltigkeit steht weiterhin im Mittelpunkt von „CLAIM 5“ – ein Anliegen, das für unsere unternehmerische Verantwortung und laufende Geschäftstätigkeit von zentraler Bedeutung ist. Wir werden deshalb unsere Anstrengungen in diesem wichtigen Bereich weiter intensivieren und uns vor allem darauf konzentrieren, einen wichtigen Beitrag zu einem **Planeten frei von Abfall und Verschmutzung** zu leisten. Im Rahmen unserer Nachhaltigkeitsstrategie werden wir unter anderem unsere Initiativen zur Kreislaufwirtschaft deutlich ausweiten, naturverträgliche Materialien einsetzen, Mikroplastik bekämpfen und weiter konsequent auf Nullemissionen hinarbeiten. Weitere Details zu unserer **Nachhaltigkeitsstrategie** und den wichtigsten Nachhaltigkeitszielen finden sich in den Kapiteln „Nachhaltigkeit“ sowie „Zusammengefasste Nichtfinanzielle Erklärung“ dieses Geschäftsberichts. **> Nachhaltigkeit, > Zusammengefasste Nichtfinanzielle Erklärung**

„Mit unserer ‚CLAIM 5‘-Strategie haben wir ein starkes Fundament für den nachhaltigen und langfristigen Erfolg von HUGO BOSS geschaffen“, **sagt Daniel Grieder**. „Dank unserer starken Organisation, unseres konsequenten Bekenntnisses zur Nachhaltigkeit und unserer hochmotivierten und engagierten Teams weltweit sind wir zuversichtlich, unseren Wachstumskurs auch in den kommenden Jahren fortzusetzen.“

Finanzziele 2025

Dank der erfolgreichen und konsequenten Strategieumsetzung **hob HUGO BOSS seine mittelfristigen Umsatz- und Ergebnisziele** im Juni 2023 an, nur zwei Jahre nach deren Einführung. Nachdem das bisherige mittelfristige Umsatzziel von 4 Mrd. EUR bereits 2023 erreicht wurde, strebt das Unternehmen danach, bis 2025 einen **Umsatz** von rund 5 Mrd. EUR zu erzielen. Dies entspricht einer starken durchschnittlichen Wachstumsrate (CAGR) von 10 % im Vergleich zum Basisjahr 2019 und liegt damit deutlich über dem erwarteten Branchenwachstum. Gleichzeitig haben sich seit Bekanntgabe des „CLAIM 5“-Updates die makroökonomischen und geopolitischen Herausforderungen spürbar erhöht. Vor diesem Hintergrund besteht die Möglichkeit, dass HUGO BOSS sein anvisiertes Umsatzziel erst zu einem etwas späteren Zeitpunkt erreichen wird.

Unser Umsatzziel geht mit der Ambition einher, eine deutliche Verbesserung der **EBIT-Marge** zu erzielen. Diese soll bis zum Jahr 2025 auf ein Niveau von mindestens 12 % steigen. Neben einem verstärkten Fokus auf die Erzielung zusätzlicher **Effizienzverbesserungen**, spiegelt dies auch die Erwartungen des Unternehmens hinsichtlich der **Bruttomargenentwicklung** wider. So soll die Bruttomarge bis 2025 in einer Spanne von 62 % bis 64 % liegen, was auf die anhaltend hohe Markendynamik sowie das Potenzial zusätzlicher Effizienzsteigerungen im Bereich Business Operations zurückzuführen ist. Insgesamt sollen somit weitere Investitionen in unsere Produkte, Marken, Digitales, Logistik und unser Storenetzwerk im Rahmen von „CLAIM 5“ mehr als ausgeglichen werden.

Vor dem Hintergrund der erwarteten Verbesserungen beim Umsatz und der EBIT-Marge verfolgt HUGO BOSS die Ambition, zwischen 2021 und 2025 einen kumulierten **Free Cashflow** (inkl. der Auswirkungen von IFRS 16) von rund 2,5 Mrd. EUR zu generieren. Dies soll durch ein striktes Management des **kurzfristigen operativen Nettovermögens** (TNWC) unterstützt werden, das sich im Rahmen von „CLAIM 5“ auf ein Niveau von 16 % bis 18 % des Konzernumsatzes verbessern soll. HUGO BOSS strebt insbesondere eine weitere Optimierung des Vorratsbestands an, der bis zum Jahr 2025 auf ein Niveau von unter 20 % des Konzernumsatzes sinken soll. Gleichzeitig wird anvisiert, dass die **Investitionen** in den Jahren 2024 und 2025 jeweils zwischen 6 % und 7 % des Konzernumsatzes liegen.

Der Großteil des erwarteten kumulierten Free Cashflows soll entweder in das Unternehmen reinvestiert oder in Form von Dividendenzahlungen an die Aktionäre ausgeschüttet werden. Die **Ausschüttungsquote** soll bis 2025 zwischen 30 % und 50 % des den Anteilseignern zurechenbaren Konzernergebnisses betragen. Im Einklang mit unserer Vision, die weltweit führende technologiegesteuerte Modeplattform im Premiumbereich zu sein, ziehen wir zudem grundsätzlich auch **strategische Investitionen** in den Bereichen Produkt und Marke, Vertrieb sowie Digitalkompetenz in Betracht. Anfang 2022 ist HUGO BOSS in diesem Zusammenhang eine langfristige strategische Partnerschaft mit dem Schweizer Innovationsunternehmen HeiQ eingegangen. Darüber hinaus haben wir Ende 2023 angekündigt, in einen Climate-First-Venture-Capital-Fonds mit Sitz in Luxemburg zu investieren, der Start-up-Unternehmen bei der Entwicklung innovativer Lösungen und Technologien im Bereich der Nachhaltigkeit unterstützen soll. Zuletzt ziehen wir im Falle eines Liquiditätsüberschusses grundsätzlich auch **Sonderdividenden** sowie **Aktienrückkäufe** als gangbare Alternativen in Betracht, um liquide Mittel an unsere Aktionäre zurückzuführen. > **Nachhaltigkeit**

FINANZZIELE 2025

	Ergebnis 2022	Ergebnis 2023	Ursprüngliche Ziele 2025 ¹	Ziele 2025²
Konzernumsatz	3,7 Mrd. EUR	4,2 Mrd. EUR	4 Mrd. EUR	5 Mrd. EUR ³
Umsatz-CAGR (2019–2025)	Anstieg um 31 %	Anstieg um 15 %	6 %	10 %
Bruttomarge	61,8 %	61,5 %	60 %–62 %	62 %–64 %
EBIT-Marge	9,2 %	9,8 %	~12 %	≥12 %
Kumulierter Free Cashflow (2021–2025)	726 Mio. EUR (2021–2022)	821 Mio. EUR (2021–2023)	~2 Mrd. EUR	~2,5 Mrd. EUR

¹ Ursprüngliche Ziele wie im August 2021 vorgestellt.

² Ziele wie im Juni 2023 vorgestellt.

³ Vor dem Hintergrund, dass sich seit Bekanntgabe des „CLAIM 5“-Updates die makroökonomischen und geopolitischen Herausforderungen spürbar erhöht haben, besteht die Möglichkeit, dass HUGO BOSS sein anvisiertes Umsatzziel erst zu einem etwas späteren Zeitpunkt erreichen wird.

Um unsere mittelfristigen Finanzziele zu erreichen, wird die **konsequente Umsetzung von „CLAIM 5“ auch weiterhin im Mittelpunkt** stehen. Vor dem Hintergrund unserer wiedererlangten Markendynamik und unter Berücksichtigung der großen Fortschritte, die wir im Rahmen unserer verschiedenen strategischen Initiativen erzielt haben, verfügen wir über eine solide Grundlage, in den kommenden Jahren nachhaltiges und profitables Wachstum zu erzielen. Trotz der Tatsache, dass unsere Branche mit zunehmenden makroökonomischen und geopolitischen Unsicherheiten konfrontiert ist, bleiben wir daher zuversichtlich, weitere Marktanteile zu gewinnen, spürbare Ergebnisverbesserungen zu erzielen und einen starken Free Cashflow zu generieren. Dies soll eine **nachhaltige Wertschöpfung** für unsere Anteilseigner bis 2025 und darüber hinaus sicherstellen.

Unsere **Ziele für das Geschäftsjahr 2024** sind dem Prognosebericht zu entnehmen. [> Prognosebericht](#)

UNTERNEHMENS- STEUERUNG

**Nachhaltige Steigerung
des Unternehmenswerts
als Leitmaxime von
HUGO BOSS**

**Umsatz und EBIT
wichtigste Steuerungs-
größen für Maximierung
des Free Cashflows**

**Konzernplanung, Berichts-
wesen und Investitions-
controlling bilden
Kernelemente der Unter-
nehmenssteuerung**

Zentrale Steuerungsgrößen

Ziel von HUGO BOSS ist die **nachhaltige Steigerung seines Unternehmenswerts**. Das unternehmensinterne Steuerungssystem soll den Vorstand und die Leitung der jeweiligen Geschäftseinheiten bei der Ausrichtung sämtlicher Geschäftsaktivitäten auf dieses Ziel hin unterstützen. Zur Steigerung des Unternehmenswerts konzentriert sich der Konzern auf die **langfristige Maximierung des Free Cashflows**. Ein dauerhaft positiver Free Cashflow soll die jederzeitige Zahlungsfähigkeit von HUGO BOSS sichern und gleichzeitig das langfristige Wachstum des Unternehmens unterstützen.

DEFINITION FREE CASHFLOW

	Cashflow aus betrieblicher Geschäftstätigkeit
+	Cashflow aus Investitionstätigkeit
=	Free Cashflow

Maßgeblich für die langfristige Verbesserung des Free Cashflows ist dabei die Steigerung von **Umsatz** und **operativem Ergebnis (EBIT)**. Darüber hinaus unterstützen ein konsequentes Management des **kurzfristigen operativen Nettovermögens** (Trade Net Working Capital) sowie eine wertorientierte **Investitionstätigkeit** die Free-Cashflow-Entwicklung. HUGO BOSS hat somit vier zentrale Steuerungsgrößen zur Steigerung des Free Cashflows identifiziert. Diese umfassen unverändert zu den Vorjahren den Umsatz, das EBIT, das kurzfristige operative Nettovermögen und die Investitionen. Der Ausblick 2024 für diese Kennzahlen und die zugrunde liegenden Annahmen sind im Kapitel „Prognosebericht“ dieses Geschäftsberichts dargestellt. > [Prognosebericht](#)

VIER ZENTRALE STEUERUNGSGRÖSSEN



Während das Geschäftsjahr 2023 insgesamt von anhaltend **hohen geopolitischen und makroökonomischen Unsicherheiten** geprägt war, konnte HUGO BOSS seine starke Dynamik weiter fortsetzen und robuste Umsatz- und Ergebnisverbesserungen verzeichnen. Diese Entwicklung wurde einmal mehr durch die erfolgreiche Umsetzung unserer im Jahr 2021 eingeführten **Wachstumsstrategie „CLAIM 5“** vorangetrieben. Im Rahmen seines Kapitalmarkttags im Juni 2023 präsentierte HUGO BOSS folglich ein Update zu „CLAIM 5“ und erhöhte in diesem Zuge seine mittelfristigen finanziellen Ziele. Weitere Details zur finanziellen Entwicklung von HUGO BOSS im Geschäftsjahr 2023 finden sich in den Kapiteln „Ertragslage“, „Vermögenslage“, und „Finanzlage“ dieses Geschäftsberichts. > **Konzernstrategie**, > **Ertragslage**

ENTWICKLUNG DER WICHTIGSTEN LEISTUNGSINDIKATOREN (IN MIO. EUR)

	2023	2022	2021	2020	2019
Konzernumsatz	4.197	3.651	2.786	1.946	2.884
Operatives Ergebnis (EBIT)	410	335	228	-236	344
Kurzfristiges operatives Nettovermögen im Verhältnis zum Umsatz	20,8 %	15,0 %	17,2 %	28,7 %	20,1 %
Investitionen	298	192	104	80	192

„CLAIM 5“ zielt darauf ab, die Relevanz von BOSS und HUGO deutlich zu erhöhen und überdurchschnittliches **Umsatzwachstum** zu erzielen. So möchte das Unternehmen auch in den kommenden Jahren seinen Marktanteil weiter ausbauen. Gleichzeitig soll unsere Strategie auch weiterhin eine nachhaltige Steigerung der Profitabilität sowie eine starke Free-Cashflow-Generierung sicherstellen. Sämtliche Maßnahmen zur Umsatzsteigerung werden folglich auch an ihrem Potenzial gemessen, das **operative Ergebnis (EBIT)** nachhaltig zu steigern. In diesem Zusammenhang und im Rahmen von „CLAIM 5“ streben wir deutliche Effizienzsteigerungen an, insbesondere in unserem stationären Einzelhandelsgeschäft, um somit weitere Investitionen in unser Geschäft zu kompensieren. > **Konzernstrategie**

DEFINITION EBIT

Ergebnis vor Steuern
- Finanzergebnis
= Operatives Ergebnis (EBIT)

Das **kurzfristige operative Nettovermögen (Trade Net Working Capital)** stellt für HUGO BOSS die bedeutendste Kennzahl zur Steuerung eines effizienten Kapitaleinsatzes dar.

DEFINITION KURZFRISTIGES OPERATIVES NETTOVERMÖGEN

Vorräte
+ Forderungen aus Lieferungen und Leistungen
- Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen
= kurzfristiges operatives Nettovermögen

Das Management der **Vorräte** sowie der **Forderungen aus Lieferungen und Leistungen** liegt primär in der Verantwortung unserer Konzerngesellschaften und der zuständigen operativen Zentralbereiche. Letztere verantworten zudem das Management der **Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen**. Die Steuerung dieser drei Bilanzpositionen erfolgt primär über die Kennzahlen Vorratsreichweite, Forderungsreichweite und Verbindlichkeitenreichweite. Zur kontinuierlichen Optimierung des Vorratsvermögens existiert zudem ein spezifischer Genehmigungsprozess für den Einkauf der Vorräte unseres Einzelhandelsgeschäfts. Er umfasst neben der Berücksichtigung von Abverkaufsdaten auch das erwartete Umsatzwachstum sowie das prognostizierte Rabattniveau.

Die Führungskräfte des HUGO BOSS Konzerns tragen gemeinschaftlich direkte Verantwortung für ein profitables Unternehmenswachstum. Folglich ist die **kurzfristige variable Vergütung (Short-Term-Incentive-Programm, STI)** der Führungskräfte aller vier Managementebenen unterhalb des Vorstands an die Erreichung der Ziele für Umsatz und EBIT geknüpft. Das Verhältnis von kurzfristigem operativem Nettovermögen zum Umsatz bildet die dritte Komponente der kurzfristigen variablen Vergütung. Die Vergütung der Führungskräfte der ersten und zweiten Managementebene umfasst zudem ein **Long-Term-Incentive-Programm (LTI)**, das in seiner Ausgestaltung dem des Vorstands entspricht. Das LTI umfasst sowohl finanzielle Leistungskriterien als auch nichtfinanzielle ESG-Leistungskriterien (Umwelt, Soziales, Unternehmensführung). Letztere beziehen sich sowohl auf die Mitarbeiterzufriedenheit als auch auf die Unternehmensleistung im Bereich Nachhaltigkeit. Das LTI soll somit sicherstellen, dass das Top-Management von HUGO BOSS eine nachhaltige und an den Interessen des Unternehmens ausgerichtete Geschäftspolitik verfolgt. > **Mitarbeiter und Teams**, > **Nachhaltigkeit**

Schwerpunkte der **Investitionstätigkeit** bilden in erster Linie das eigene Einzelhandelsnetzwerk, die Digitalisierung des Geschäftsmodells, sowie die Ausweitung unserer globalen Logistikkapazitäten. Im Rahmen unseres strategischen Claims **„Drive Omnichannel“** forcieren wir die weitere Optimierung und Modernisierung unseres weltweiten Storenetzwerks, wobei der überwiegende Teil unserer eigenen Stores bis Ende 2025 neugestaltet wird. Investitionen im Bereich „Digital“ werden gemäß unserem Claim **„Lead in Digital“** entlang der gesamten Wertschöpfungskette vorangetrieben – von der digitalen Trenderkennung und Produktentwicklung über digitale Showrooms, die kontinuierliche Weiterentwicklung unseres eigenen Onlinegeschäfts, bis hin zu unserer allgemeinen IT-Infrastruktur. Im Rahmen unseres Claims **„Organize for Growth“** will HUGO BOSS in Zukunft auch verstärkt in seine globalen Logistikkapazitäten investieren. Dazu gehört auch der Ende 2023 gestartete Ausbau eines unserer wichtigsten Logistikzentren in der Nähe unseres Hauptsitzes in Metzingen (Deutschland). Für wesentliche Investitionsvorhaben existiert ein spezifischer Genehmigungsprozess. Er umfasst neben qualitativen Analysen, beispielsweise im Hinblick auf potenzielle Standorte von Stores, auch die Analyse des Kapitalwerts eines jeden Projekts. > **Finanzlage, Investitionen**, > **Konzernstrategie**

Im Zuge der erwarteten Umsatz- und Ergebnisverbesserungen ist HUGO BOSS zuversichtlich, künftig einen starken **Free Cashflow** zu erzielen. Unterstützt werden soll dies durch ein verbessertes Management des kurzfristigen operativen Nettovermögens sowie einen effizienten Einsatz von Investitionen. Der Großteil des erwarteten kumulierten Free Cashflows soll entweder in das Unternehmen reinvestiert oder in Form von Dividendenzahlungen an die Aktionäre ausgeschüttet werden. Dabei verfolgt HUGO BOSS eine **ertragsorientierte Dividendenpolitik**, die darauf abzielt, die Aktionäre angemessen an der Gewinnentwicklung des Konzerns zu beteiligen. So soll die Ausschüttungsquote bis 2025 zwischen 30 % und 50 % des den Anteilseignern zurechenbaren Konzernergebnisses betragen (2023: 36 %). Im Einklang mit unserer Vision, die weltweit führende technologiegesteuerte Modeplattform im Premiumbereich zu sein, erwägen wir auch **strategische Investitionen**. Im Falle eines Liquiditätsüberschusses ziehen wir zudem grundsätzlich auch Sonderdividenden sowie Aktienrückkäufe als gangbare Alternativen in Betracht, um liquide Mittel an

unsere Aktionäre zurückzuführen. Wir analysieren in mindestens jährlichem Abstand unsere Bilanzstruktur im Hinblick auf deren Effizienz und Eignung, zukünftiges Wachstum zu unterstützen und gleichzeitig eine ausreichende Sicherheit für den Fall einer schlechter als erwartet ausfallenden wirtschaftlichen Entwicklung zu gewährleisten. > **Finanzlage, Kapitalstruktur und Finanzierung**

HUGO BOSS ist **nach Regionen strukturiert**, wobei EMEA, Amerika, Asien/Pazifik und das Lizenzgeschäft unsere Geschäftssegmente bilden. Innerhalb der drei Regionen sind die einzelnen Märkte in Hubs zusammengefasst, wobei das lokale Management direkt an den Chief Sales Officer (CSO) berichtet. Das globale Lizenzgeschäft ist hingegen dem Ressort des Chief Executive Officers (CEO) zugeordnet. Damit stellen wir eine enge Abstimmung zwischen einzelnen Märkten und zentralen Funktionen sowie kurze Entscheidungswege sicher. Im Geschäftsjahr 2023 trugen alle Segmente zum deutlichen Anstieg von Umsatz und EBIT bei.

> **Geschäftsaktivitäten und Konzernstruktur, > Ertragslage, Umsatz- und Ertragsentwicklung der Geschäftssegmente**

Kernelemente des unternehmensinternen Steuerungssystems

Die Planungs-, Steuerungs- und Überwachungsaktivitäten des Konzerns fokussieren sich auf die Optimierung der beschriebenen zentralen Steuerungsgrößen. Die **Kernelemente unseres unternehmensinternen Steuerungssystems** sind die Konzernplanung, das konzernweite IT-gestützte Berichtswesen und das Investitionscontrolling.

Die **Konzernplanung** von HUGO BOSS bezieht sich grundsätzlich auf einen rollierenden Mehrjahreszeitraum und wird im Rahmen des jährlichen konzernweiten Budgetprozesses unter Berücksichtigung der aktuellen Geschäftslage und der zugrunde liegenden „CLAIM 5“-Strategie erstellt. Auf Basis von Zielvorgaben des Vorstands erstellen unsere Konzerngesellschaften vollständige Umsatz-, Ergebnis- und Investitionsplanungen sowie Planungen des kurzfristigen operativen Nettovermögens für die von ihnen verantworteten Absatzmärkte oder Geschäftsbereiche. Darauf aufbauend erarbeiten unsere Produktentwicklungs- und Beschaffungseinheiten eine mittelfristige Kapazitätsplanung. Die Abteilung Business Planning & Analysis, die dem CFO/COO unterstellt ist, prüft diese Planungen auf Plausibilität und aggregiert sie zur Gesamtkonzernplanung. Letztere wird in regelmäßigen Abständen vor dem Hintergrund der tatsächlichen Geschäftsentwicklung und etwaiger Chancen und Risiken aktualisiert.

HUGO BOSS erstellt regelmäßig Prognosen zur Entwicklung der **Liquiditätssituation** auf Basis der für das jeweilige Jahr erwarteten Cashflow-Entwicklung. So sollen finanzielle Risiken frühzeitig erkannt und Maßnahmen hinsichtlich des Finanzierungs- beziehungsweise Anlagebedarfs getroffen werden. > **Finanzlage**

Der Vorstand und die Leitung der Konzerngesellschaften werden monatlich in Form von standardisierten, IT-gestützten Berichten unterschiedlicher Detailstufen über den operativen Geschäftsverlauf informiert. Ad-hoc-Analysen ergänzen das Berichtswesen. Die durch unser **konzernweites IT-gestütztes Berichtswesen** generierten Ist-Daten werden dabei monatlich mit den Plandaten verglichen. Zielabweichungen werden analysiert und geplante Gegenmaßnahmen erörtert. Entwicklungen mit wesentlichem Einfluss auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage werden darüber hinaus unverzüglich an den Vorstand berichtet.

Besonderer Fokus liegt auf der **Analyse von Frühindikatoren**, die geeignet sind, einen Hinweis auf die zukünftige Geschäftsentwicklung zu geben. In diesem Zusammenhang erfolgt die Analyse der Umsatzentwicklung im eigenen Einzelhandel, der Auftragsentwicklung im Großhandelsgeschäft und der Entwicklung unseres Replenishment-Geschäfts in wöchentlichem Rhythmus. In regelmäßigen Abständen wird zudem ein Vergleich mit der Entwicklung relevanter Wettbewerber durchgeführt. Mithilfe der kontinuierlichen Überwachung der Frühindikatoren sollen Planabweichungen rechtzeitig erkannt und entsprechende Gegenmaßnahmen eingeleitet werden.

Das zentrale **Investitionscontrolling** bewertet geplante Investitionsprojekte hinsichtlich ihres Beitrags zur Erreichung der Renditeziele des Konzerns. Dabei werden ausschließlich Projekte initiiert, die einen positiven Beitrag zur Steigerung der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit des Konzerns erwarten lassen. Zudem wird in regelmäßigen Abständen die Profitabilität bereits realisierter Projekte durch nach-gelagerte Analysen überprüft. Bei negativen Abweichungen von den ursprünglich gesetzten Rendite-zielen werden entsprechende Gegenmaßnahmen ergriffen.

Aufgrund der erhöhten geopolitischen und makroökonomischen Unsicherheiten fand im Jahr 2023 ein **äußerst enger Austausch** zwischen Vorstand, Business Planning & Analysis sowie dem Management unserer Zentralbereiche und Konzerngesellschaften statt. Die Unternehmensplanung wurde unterjährig regelmäßig überprüft und aktualisiert. Dabei wurden sowohl die unterschiedlichen negativen makroökonomischen Faktoren und deren mögliche Auswirkungen auf das Geschäft als auch die stärker als ursprünglich erwartete Umsatz- und Ergebnisentwicklung regelmäßig einbezogen. Angesichts unserer robusten Geschäftsentwicklung haben wir unsere ursprüngliche, im März 2023 veröffentlichte **Umsatz- und Ergebnisprognose für das Gesamtjahr 2023** im Laufe des Geschäftsjahres zweimal erhöht und unsere angehobenen Umsatz- und Ergebnisziele erfolgreich erreicht. > **Vergleich des tatsächlichen mit dem prognostizierten Geschäftsverlauf**

VERGLEICH DER TATSÄCHLICHEN MIT DER PROGNOTIZIERTEN ENTWICKLUNG DER WICHTIGSTEN LEISTUNGSINDIKATOREN

	Ergebnis 2022	Ursprüngliche Prognose 2023 ¹	Ergebnis 2023
Konzernumsatz	3.651 Mio. EUR	Anstieg im mittleren einstelligen Prozentbereich	Anstieg um 15 % auf 4,2 Mrd. EUR
Operatives Ergebnis (EBIT)	335 Mio. EUR	350 Mio. EUR bis 375 Mio. EUR	Anstieg um 22 % auf 410 Mio. EUR
TNWC im Verhältnis zum Umsatz	15,0 %	~17 %	Anstieg um 580 Basispunkte auf 20,8 %
Investitionen	192 Mio. EUR	200 Mio. EUR bis 250 Mio. EUR	Anstieg um 55 % auf 298 Mio. EUR

¹ Gemäß Veröffentlichung vom 9. März 2023. Der Ausblick wurde im Laufe des Jahres zweimal aktualisiert. Weitere Details sind im Kapitel „Vergleich des tatsächlichen mit dem prognostizierten Geschäftsverlauf“ dieses Geschäftsberichts beschrieben.

MITARBEITER UND TEAMS

HUGO BOSS als attraktiver Arbeitgeber für rund 19.000 Mitarbeiter weltweit

Fokus der Personalarbeit auf Gewinnung, Bindung und Entwicklung von Talenten

Positionierung als einer der besten Arbeitgeber in der Modeindustrie

Wir sind der festen Überzeugung, dass die Leidenschaft und das Engagement unserer Mitarbeiter entscheidend für die erfolgreiche Umsetzung unserer Wachstumsstrategie „CLAIM 5“ sind. Ein klares Bekenntnis zur Stärkung unserer Mitarbeiter und Teams ist daher fest in „CLAIM 5“ verankert, geleitet von unseren HUGO BOSS Werten **Unternehmergeist, Verantwortung, Teammentalität, Einfachheit & Qualität sowie jugendlicher Spirit**. Unsere Werte bilden das Fundament der täglichen Zusammenarbeit, sorgen für einen vertrauensvollen Umgang untereinander und fördern somit die Kreativität sowie eine schnelle und konsequente Strategieumsetzung. So soll ein Umfeld geschaffen werden, das es jedem Mitarbeiter ermöglicht, sein individuelles Talent zu entfalten und damit direkt zum Erfolg von „CLAIM 5“ beizutragen. Darüber hinaus möchte HUGO BOSS seine Positionierung als einer der branchenweit attraktivsten Arbeitgeber auch weiterhin beibehalten. Dies wiederum soll es uns ermöglichen, die besten Talente der Branche für uns zu gewinnen. > **Konzernstrategie**

HUGO BOSS WERTE

VERTRAUEN				
UNTERNEHMERGEIST	VERANTWORTUNG	TEAMMENTALITÄT	EINFACHHEIT & QUALITÄT	JUGENDLICHER SPIRIT

Als international agierendes Unternehmen sind **Vielfalt, Gleichstellung und Inklusion (Diversity, Equity, and Inclusion, DE&I)** ein elementarer Bestandteil unserer Unternehmenskultur. Bei HUGO BOSS wird allen Mitarbeitern ein diskriminierungsfreies Arbeitsumfeld mit Chancengleichheit und inklusiver Arbeitskultur garantiert. Zugleich ist DE&I das Herzstück unserer Bestrebungen, einen positiven Einfluss auf unsere Branche auszuüben, was sich auch in unserem Mission Statement „We Love Fashion, We Change Fashion“ widerspiegelt. Organisatorisch ist das wichtige Thema DE&I fest in der Abteilung Global Employee Experience als Teil von Global Human Resources verankert, wobei sich das **globale DE&I-Team** der Sensibilisierung für DE&I-Themen im Unternehmen widmet. Zusätzlich unterstützt eine **Diversity Task Force**, in der Mitarbeiter mit unterschiedlichen Hintergründen verschiedener Standorte und Funktionsbereiche zusammenkommen, die Umsetzung definierter Maßnahmen und treibt ausgewählte Themen im Unternehmen voran. Um das Bewusstsein für unseren integrativen Arbeitsplatz zu stärken, haben wir 2023 die **MIX-&-MATCH**-Initiative ins Leben gerufen, die zahlreiche interne und externe Maßnahmen bündelt, um eine Kultur zu fördern, in der Unterschiede geschätzt werden. Im Jahr 2023 wurden zudem zusätzliche **Mitarbeiterschulungen** zu den

Themen Vielfalt und Inklusion durchgeführt, wie etwa „Anti-Diskriminierung und Anti-Belästigung“, „Unbewusste Vorurteile“ und „Inklusion in der Praxis“. Wir sind fest davon überzeugt, dass sich die Intensivierung unserer Tätigkeiten im wichtigen Bereich DE&I positiv auf die Mitarbeiterzufriedenheit auswirkt und auch von potenziellen Bewerbern als relevanter Faktor angesehen wird. > **Zusammengefasste Nichtfinanzielle Erklärung, Arbeitnehmerbelange**

Talente gewinnen

HUGO BOSS strebt danach, seine Positionierung als Top-Arbeitgeber in der globalen Modebranche weiter zu stärken. Dies soll es uns ermöglichen, auch künftig die besten Talente für HUGO BOSS zu gewinnen. Die globale **Employer-Branding-Kampagne „That’s my HUGO BOSS“** stellt ein Kernelement unserer Rekrutierungstätigkeiten dar und soll weltweit Talente auf die Vielfalt an Tätigkeiten und Persönlichkeiten bei HUGO BOSS aufmerksam machen. Darüber hinaus führt das Unternehmen gezielte Employer-Branding-Kampagnen durch, um Fachkräfte in Schlüsselbereichen wie IT und Digital zu gewinnen, was direkt auf die Vision des Unternehmens einzahlt, die weltweit führende technologiegesteuerte Modeplattform im Premiumbereich zu sein. Im Mittelpunkt unserer **weltweiten Rekrutierungsstrategie** steht die HUGO BOSS Karriere-Website, die mit verschiedenen digitalen Funktionen wie einem Chatbot und individualisierten Jobempfehlungen ein erstklassiges digitales Erlebnis bietet. Zudem setzt das Unternehmen auf eine Direktansprache qualifizierter Kandidaten über **Online-Karrierenetzwerke**. In diesem Zusammenhang hat HUGO BOSS im Jahr 2023 das **Corporate-Influencer-Programm „Creators Club“** ins Leben gerufen, in dessen Rahmen eine ausgewählte Gruppe von Mitarbeitern verschiedener Standorte regelmäßig abwechslungsreiche und authentische Perspektiven auf das Leben und Arbeiten bei HUGO BOSS teilen, mit dem Ziel, die Arbeitgeberattraktivität weiter zu steigern. Darüber hinaus präsentiert sich das Unternehmen potenziellen Bewerbern regelmäßig auf Karrieremessen.

Zur Gewinnung **junger Talente** bieten wir Schulabgängern, Studierenden und Berufseinsteigern eine Vielfalt an verschiedenen Programmen, darunter ein abwechslungsreiches **Ausbildungsangebot** sowie eine breite Auswahl an **dualen Studienprogrammen**. Im Jahr 2023 beschäftigte die HUGO BOSS AG insgesamt 82 Auszubildende und dual Studierende (2022: 94 Auszubildende und dual Studierende). Davon haben 36 neue Auszubildende und dual Studierende im Jahr 2023 ihre Ausbildung begonnen (2022: 33 neue Auszubildende und dual Studierende). Unser Ausbildungsangebot ist bedarfsspezifisch ausgerichtet und orientiert sich konsequent an unseren strategischen Prioritäten. So haben wir insbesondere unsere Auswahl an Ausbildungsberufen im digitalen Bereich in den vergangenen Jahren erweitert und bieten nunmehr unter anderem Digital Commerce Management und eine IT-Specialist-Ausbildung an. Gleichzeitig haben wir unser Angebot an dualen Studiengängen im Jahr 2023 um die Bereiche Global Commerce Management, Business Fashion Management und Data Science & AI erweitert. **Praktika** sowie der **„HUGO BOSS CareerLunch“** bieten zusätzliche Möglichkeiten, junge Talente bereits während des Studiums für HUGO BOSS zu begeistern. Letzterer zielt darauf ab, uns in informellen Rahmen mit Top-Talenten zusammenzubringen und somit potenzielle Bewerber durch unternehmensinterne Einblicke für HUGO BOSS zu gewinnen.

Wir möchten die Reputation und den Bekanntheitsgrad von HUGO BOSS bei potenziellen Bewerbern kontinuierlich erhöhen. Deshalb betreiben wir ein **aktives Reputationsmanagement** auf einschlägigen Bewertungsplattformen und in sozialen Netzwerken. Zielgruppenspezifische sowie produktbezogene Kampagnen sollen Interesse und Begeisterung für unser Unternehmen wecken. Verschiedene Auszeichnungen belegen den Erfolg unserer Personalarbeit und dienen gleichzeitig der Steigerung des Bekanntheitsgrads

bei potenziellen Bewerbern. In der Studie „**Working in Fashion 2023**“ der deutschen Branchenzeitschrift TextilWirtschaft konnten wir erneut einen starken dritten Platz belegen. Dabei erzielten wir den ersten Platz in der Kategorie „Zukunftspotenzial des Unternehmens“ sowie jeweils den zweiten Platz in den Kategorien „Gehaltsniveau“, „Aufstiegs- und Weiterbildungsmöglichkeiten“ und „Attraktive Produkte“. Darüber hinaus konnte sich HUGO BOSS vergangenes Jahr bei der globalen Studie „**World's Best Employers 2023**“ von Forbes und Statista deutlich verbessern und schaffte es erstmals unter die Top 200 weltweit. Zusätzlich konnte HUGO BOSS im Jahr 2023 seine starke Position im Mittelfeld der **Top 50 Diversity Leaders** halten – basierend auf einem unabhängigen europaweiten Ranking von Statista und der Financial Times.

Mitarbeiter binden und entwickeln

Unsere Mitarbeiter sind entscheidend für den Erfolg von HUGO BOSS. Neben der Gewinnung neuer Talente legen wir daher großen Wert darauf, **Talente zu binden und sie in ihrer individuellen Entwicklung zu unterstützen**. Neben einer fairen und marktorientierten Vergütung sowie attraktiven Zusatzleistungen für unsere Mitarbeiter legt HUGO BOSS besonderen Wert auf ein einheitliches und wertschätzendes Führungsverständnis im Unternehmen sowie vielseitige Möglichkeiten zur individuellen Entwicklung.

HUGO BOSS versteht das Thema **Fair Pay** als essenziellen Aspekt seiner Personalarbeit und will mittels einer fairen, transparenten und wettbewerbsfähigen Vergütungsstruktur die Loyalität seiner Mitarbeiter gegenüber dem Unternehmen stärken. Basierend auf einer regelmäßigen Bewertung sämtlicher Stellen in Deutschland sowie konzernweiter Schlüsselpositionen wird der überwiegende Teil unserer Mitarbeiter auf Grundlage stellenspezifischer Gehaltsbänder vergütet. Diese beruhen auf **externen Gehaltsbenchmarks**, die mehrere Branchen abdecken und die Transparenz weiter erhöhen sollen. In den vergangenen Jahren hat HUGO BOSS eine Bewertung nahezu sämtlicher Stellen weltweit vorgenommen, um konzernweit ein auf Gehaltsbänder abgestelltes, einheitliches Vergütungssystem zu etablieren. Damit soll sichergestellt werden, dass unsere konzernweite Vergütung fair, wettbewerbsfähig und grundsätzlich unabhängig von Geschlecht oder anderen Diversitätsmerkmalen erfolgt. Im Jahr 2023 hat der Vorstand von HUGO BOSS sein Bekenntnis zu einer fairen Vergütung durch die Unterzeichnung eines globalen Fair Pay Commitment bekräftigt, das für alle Mitarbeiter im konzernweiten Intranet einsehbar ist. Wir betrachten faire Vergütung insgesamt als einen wesentlichen Faktor, um sowohl die Mitarbeiterzufriedenheit als auch unsere Attraktivität als Arbeitgeber weiter zu erhöhen.

Unser **Vergütungssystem** umfasst fixe und variable Gehaltskomponenten, übertarifliche Zulagen, Sachbezüge und weitere Leistungen. Es berücksichtigt tarif- und kollektivvertragliche Vereinbarungen und bezieht nationale und regionale Vergleichsmaßstäbe mit ein. Für die HUGO BOSS AG bestehen zudem Betriebsvereinbarungen, die Vergütungsbestandteile wie etwa den Mitarbeitererfolgsbonus regeln. Außertariflich angestellte Mitarbeiter erhalten neben ihrem Grundgehalt ein 13. Gehalt sowie ein an jährliche Unternehmensziele geknüpft Short-Term-Incentive (STI). Das Vergütungssystem der beiden Managementebenen unter dem Vorstand enthält zudem ein Long-Term-Incentive-Programm (LTI), das sich über einen mehrjährigen Zeitraum erstreckt und mit den Zielen des Vorstands in Einklang steht. > **Vergütungsbericht**

Um unseren Mitarbeitern einen zusätzlichen Vorteil zu bieten, hat HUGO BOSS im Jahr 2023 erfolgreich sein **Mitarbeiteraktienprogramm (Employee Share Investment Program, SHIP)** eingeführt. Dieses bietet Mitarbeitern in über 20 Ländern die Möglichkeit, in regelmäßigen Abständen eine bestimmte Anzahl von HUGO BOSS Aktien zu vorteilhaften Konditionen zu erwerben und so direkt am Erfolg des Unternehmens zu partizipieren. Bereits im ersten Jahr wurde das Programm von den Mitarbeitern sehr gut angenommen, was

zu einer Teilnahmequote von insgesamt rund 20 % führte. Bei der HUGO BOSS AG lag die Quote sogar bei über 40 %. Ziel von HUGO BOSS ist es, das SHIP in Zukunft auf weitere Unternehmensstandorte auszuweiten und damit die Zahl der teilnahmeberechtigten Mitarbeiter zu erhöhen.

Um die Arbeitgeberattraktivität weiter zu steigern und den mehr als 3.000 Mitarbeitern am Standort Metzingen (Deutschland) ein erstklassiges Arbeitsumfeld zu bieten, investiert HUGO BOSS weiterhin in die **Modernisierung und Erweiterung des Hauptsitzes**, wobei die Gesamtinvestitionen mehr als 100 Mio. EUR betragen. Dazu gehören unter anderem der Bau eines neuen Bürogebäudes mit 350 zusätzlichen Arbeitsplätzen bis 2025 sowie die Wiedereröffnung des vollständig renovierten **Mitarbeiterrestaurants** und der **Barista Bar** im Jahr 2023. Um ein modernes und einladendes Erlebnis zu bieten, haben wir auch den Eingangsbereich unseres Campus für Besucher und Mitarbeiter mit neuen Grünflächen und einem loungeartigen Foyer und Empfangsbereich umgestaltet.

Wir sind davon überzeugt, dass ein ausgewogenes Privat- und Berufsleben die Produktivität und Motivation unserer Mitarbeiter fördert. Daher machen wir unseren Mitarbeitern ein vielfältiges Angebot zur Stärkung der **Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben**. Zahlreiche Initiativen zur flexiblen Gestaltung der Arbeitsweise ermöglichen einem Großteil der Mitarbeiter auf dem Campus in Metzingen ein agiles und bereichsübergreifendes Arbeiten, auch mithilfe flexibler und moderner Raumkonzepte. Kaufmännische und Verwaltungsmitarbeiter in Deutschland profitieren zudem von unserem **hybriden Arbeitskonzept „Threedom of Work“**, das drei Präsenztage am Standort Metzingen vorsieht, während die Mitarbeiter an den anderen beiden Tagen ihren Arbeitsort frei wählen können. Während ähnliche Modelle bereits in weiteren Konzerngesellschaften etabliert wurden, steht das konventionelle **Mobile-Work-Konzept** inzwischen nahezu sämtlichen Verwaltungsmitarbeitern des Unternehmens weltweit zur Verfügung. Darüber hinaus ergänzen Vertrauensarbeitszeiten, individuelle Teilzeitregelungen sowie neu etablierte Jobsharing- und Co-Leadership-Modelle das Angebot bei HUGO BOSS und sollen sowohl zu einem erhöhten Engagement der Mitarbeiter als auch zu deren Zufriedenheit beitragen. Zudem unterstützt HUGO BOSS die Vereinbarkeit von Familie und Beruf in Form zahlreicher familienfreundlicher Angebote, die im Kapitel „Zusammengefasste Nichtfinanzielle Erklärung“ näher beschrieben sind. > **Zusammengefasste Nichtfinanzielle Erklärung, Arbeitnehmerbelange**

Wir legen ebenso großen Wert auf die Förderung der **Gesundheit und Leistungsfähigkeit** unserer Mitarbeiter und bieten daher zahlreiche Aktivitäten zur Steigerung der körperlichen und mentalen Gesundheit an. So können Mitarbeiter in Deutschland, der Schweiz und der Türkei kostenlos unternehmenseigene **Fitnessstudios** nutzen und an einer Vielzahl unterschiedlicher Sport- und Coaching-Kurse sowohl vor Ort als auch virtuell teilnehmen. Darüber hinaus soll ein **ausgewogenes Ernährungskonzept** in den HUGO BOSS Betriebsrestaurants das persönliche Wohlbefinden der Mitarbeiter erhöhen. Mitarbeitern der zentralen Distributionszentren in Deutschland sowie der Produktion in Metzingen bieten wir zudem **Gesundheitsmaßnahmen** in Form von Bewegungspausen, Massagen und Rückenkursen.

HUGO BOSS legt im Rahmen seines Förderungs- und Entwicklungsangebots einen starken Fokus auf die **Führungsmentalität**. Wir sind davon überzeugt, dass diese einen wesentlichen Einfluss auf die Leistung und Einsatzbereitschaft der Mitarbeiter und Teams hat und damit einen wichtigen Beitrag zur Erreichung der im Rahmen von „CLAIM 5“ formulierten Ziele leistet. Regelmäßige Workshops zielen darauf ab, das Leadership Mindset fest im Unternehmen zu verankern und somit ein einheitliches Verständnis von Führung bei HUGO BOSS zu schaffen. Zusätzlich erachten wir eine gute Führungskultur als wesentlichen Faktor, die Mitarbeiterzufriedenheit nachhaltig zu steigern. Das Konzept des **Leadership Mindset** sieht vor, dass Führungskräfte in erster Linie als Wegbereiter agieren, die ihren Mitarbeitern einen Rahmen für ihre tägliche

Arbeit vorgeben, ihnen Rückhalt bieten und sie gleichzeitig dazu ermutigen, regelmäßig über sich hinauszuwachsen. Darüber hinaus sollen Führungskräfte bei HUGO BOSS den Austausch unter den Mitarbeitern anregen sowie den Teamgeist und das „Wir-Gefühl“ stärken.

Um Mitarbeiter langfristig an das Unternehmen zu binden, sieht HUGO BOSS neben einer vertikalen Entwicklung auch abteilungs- oder bereichsübergreifende interne Arbeitsplatzwechsel als entscheidend für die Förderung von Talenten an. Als Teil dieses Bestrebens hat HUGO BOSS mit dem Relaunch der internen Karriereplattform „GLOBAL JOBS“ im Jahr 2023 das digitale Mitarbeitererlebnis weiter verbessert. Mit einem neuen „Look and Feel“ und digitalen Features wie einem Chatbot gestaltet die Plattform die interne Jobsuche neu und unterstreicht gleichzeitig unser Bekenntnis zum technologischen Fortschritt. Das im Jahr 2023 aktualisierte und erweiterte digitale **Mitarbeiterempfehlungsprogramm „HUGO BOSS Spotted“** unterstützt mittels eines transparenten Empfehlungsprozesses die bedarfsgerechte Stellenbesetzung durch interne Talente. Um die Motivation, das Engagement und die Qualifikation der Mitarbeiter weiter zu fördern, bieten wir auch ein breites Spektrum an **Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten**. Dazu gehören das Employee Development Program (EDP), das Leadership Development Program (LDP), das High Potential Program (HIPOSS) sowie die 2023 eingeführte Experienced Leaders Collection (ELC). Wesentliche Entwicklungsmaßnahmen sind im Kapitel „Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung“ dieses Geschäftsberichts ausführlich beschrieben.

> **Zusammengefasste Nichtfinanzielle Erklärung, Arbeitnehmerbelange**

Mit dem Ziel, die Mitarbeiterbindung nachhaltig zu stärken, sind wir bestrebt, die **Identifikation der Mitarbeiter mit dem Unternehmen und seinen Zielen** zu fördern. Hierzu soll eine Vielzahl unterschiedlicher interner Kommunikationsmaßnahmen beitragen, die darauf abzielen, den Austausch der Mitarbeiter untereinander sowie mit dem Top-Management zu stärken. Dazu zählt neben regelmäßigen Vorstands-Updates die Möglichkeit, im Rahmen interner Veranstaltungen in den direkten Austausch mit den Vorstandsmitgliedern zu treten. Darüber hinaus werden Unternehmensnachrichten in Echtzeit über unsere globale **Mitarbeiter-App „My HUGO BOSS“** an Mitarbeiter in 36 Ländern kommuniziert (2022: 36 Länder). Die App bietet Mitarbeitern zudem verschiedene digitale Services wie den schnellen Zugriff auf E-Mails, digitale Visitenkarten und das interne Karrierenetzwerk. Um den Austausch innerhalb unseres Unternehmens zusätzlich zu stärken, bietet unsere App zudem eine Social-Video-Wall. Darüber hinaus haben wir in 2023 unser neues **globales Intranet „ONE“** gelauncht, das als zusätzliche Kommunikationsplattform für alle Mitarbeiter weltweit dient. Wichtige und standortübergreifende Neuigkeiten rund um HUGO BOSS und unsere Marken, angereichert mit Livestreams und Videos, aber auch externe Inhalte wie etwa Branchennews werden über diesen Kanal regelmäßig für die Mitarbeiter aufbereitet.

77 % MITARBEITERZUFRIEDENHEIT

HUGO BOSS ermittelt die Zufriedenheit und die Bedürfnisse seiner Mitarbeiter im Rahmen einer in Kooperation mit Great Place to Work Deutschland jährlich durchgeführten **Mitarbeiterbefragung**. Die gewonnenen Erkenntnisse liefern unserem Unternehmen wichtige Impulse für die Weiterentwicklung seiner Personalarbeit und der Unternehmenskultur. Die Ergebnisse der Umfrage stellen zudem eine wichtige Vergütungskomponente innerhalb des Long-Term-Incentive-Programms (LTI) dar. Bei einer konzernweiten Beteiligungsquote von 77 % lag die **Gesamtzufriedenheit** im Jahr 2023 bei 77 % (2022: Beteiligungsquote von 70 % und Gesamtzufriedenheit von 78 %). Wir haben uns zum Ziel gesetzt, auch zukünftig ein starkes Niveau von mindestens 75 % Gesamtzufriedenheit beizubehalten. > **Zusammengefasste Nichtfinanzielle Erklärung, Arbeitnehmerbelange**

Mitarbeiterzahlen

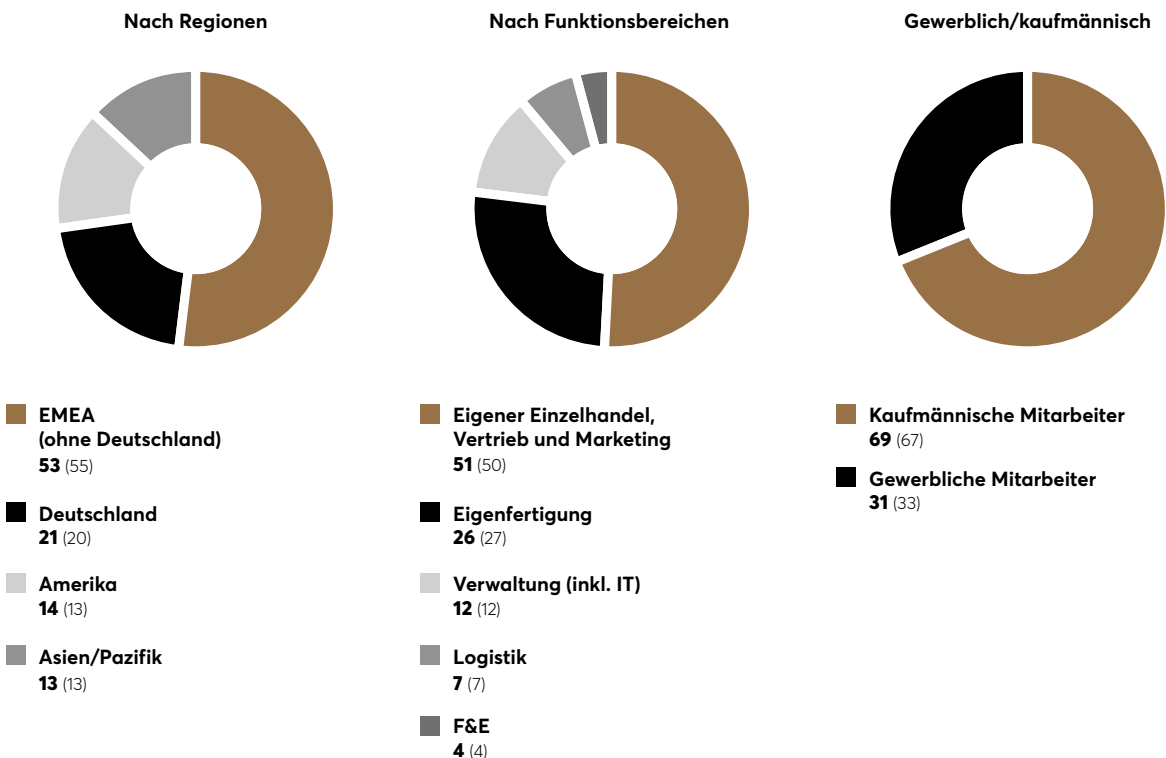
ANZAHL MITARBEITER¹ ZUM 31. DEZEMBER



¹ Vollzeitäquivalent (Full-time equivalent, FTE) ohne Auszubildende, Praktikanten und Aushilfskräfte.

Zum Ende des Geschäftsjahres 2023 beschäftigte HUGO BOSS weltweit 18.738 **Mitarbeiter** gemessen in Vollzeitäquivalenten (2022: 16.930). Der Anstieg gegenüber dem Vorjahr steht im Einklang mit unserem strategischen Claim „Organize for Growth“, der die erfolgreiche Umsetzung von „CLAIM 5“ sicherstellen soll. Dabei reflektiert die Entwicklung vor allem die weitere Stärkung unseres weltweiten Einzelhandelsgeschäfts, wichtiger Zentralfunktionen wie etwa Omnichannel und IT sowie unserer Produktions- und Logistikteams. Das **Durchschnittsalter** unserer globalen Belegschaft belief sich 2023 wie im Vorjahr auf 36 Jahre (2022: 36 Jahre).

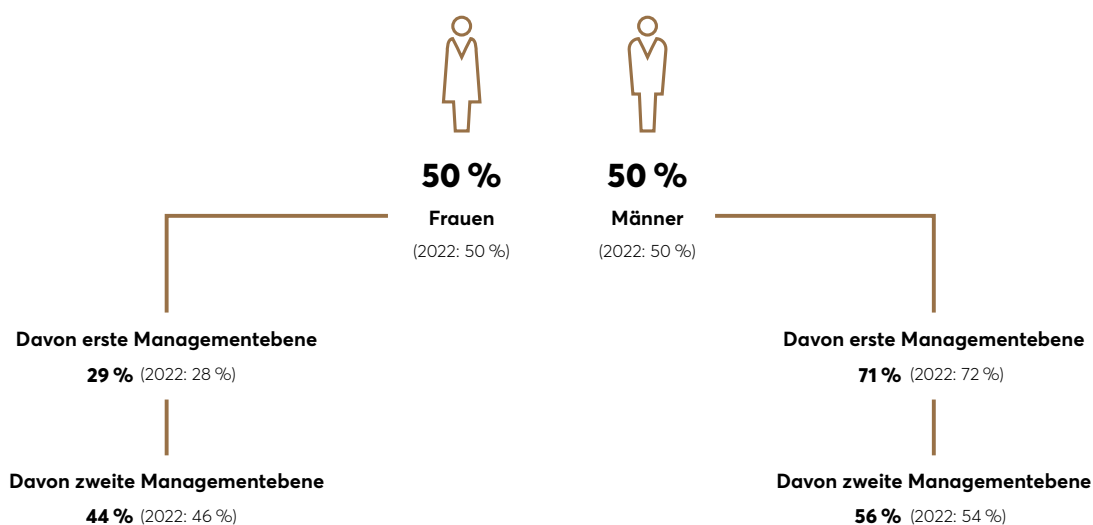
MITARBEITER ZUM 31. DEZEMBER (IN %)



2023 (2022)

Unsere **globale Ausrichtung** spiegelt sich auch in unserer Belegschaft wider. Im Geschäftsjahr 2023 waren 80 % unserer Mitarbeiter außerhalb von Deutschland tätig (2022: 80 %). Innerhalb Deutschlands waren zudem Mitarbeiter aus fast 100 verschiedenen Nationen bei HUGO BOSS beschäftigt (2022: 93 Nationen). Während 12.920 Mitarbeiter (2022: 11.384) der Gesamtbelegschaft zum Jahresende 2023 im **kaufmännischen Bereich** arbeiteten, waren 5.818 Mitarbeiter (2022: 5.545) im **gewerblichen Bereich** tätig.

MITARBEITER IM MANAGEMENT



Mit einem Anteil von 59 % bildeten **Frauen** zum Jahresende weiterhin die Mehrheit der Belegschaft bei HUGO BOSS (2022: 60 %). Über alle **Führungsebenen** hinweg waren Ende 2023 unverändert zum Vorjahr 50 % der Stellen durch Frauen besetzt (2022: 50 %). Der Vorstand hat sich zum Ziel gesetzt, bis zum Jahr 2025 einen **Frauenanteil** von mindestens 40 % in der ersten Führungsebene unterhalb des Vorstands und von mindestens 50 % in der zweiten Führungsebene zu erreichen. Zum 31. Dezember 2023 belief sich der Frauenanteil in der ersten Führungsebene unterhalb des Vorstands auf 29 %, in der zweiten Führungsebene unterhalb des Vorstands auf 44 %. Beide Anteile lagen damit jeweils in etwa auf dem Niveau des Vorjahres (31. Dezember 2022: 28 % bzw. 46 %). [> Corporate Governance und Erklärung zur Unternehmensführung](#)

PRODUKTENTWICKLUNG UND -INNOVATION

Digitalisierung der
Produktentwicklung
von hoher strategi-
scher Relevanz

Fokus auf innovative
Materialien in Bezug
auf Performance und
Nachhaltigkeit

Kapselkollektionen und
Kooperationen sorgen
für Begeisterung bei
BOSS und HUGO

Bei HUGO BOSS legen wir großen Wert auf die Entwicklung von Kollektionen und Produkten, die den höchsten Kundenansprüchen an Design und Qualität sowie Innovation und Nachhaltigkeit gerecht werden. Diese Anforderungen sind fest in unserem strategischen Claim „**Product is Key**“ verankert, der Konsumenten sowie das Produkt in den Mittelpunkt unseres Handelns stellt. Im Rahmen unserer „CLAIM 5“-Strategie wollen wir das **Preis-Leistungs-Verhältnis** weiter optimieren, um **höchste Qualität**, ein hohes Maß an **Innovation und Nachhaltigkeit**, sowie klare Unterscheidungsmerkmale zum Wettbewerb zu garantieren. Das Potenzial der Digitalisierung soll dabei entlang des gesamten Produktentwicklungsprozesses voll ausgeschöpft werden. Zudem sollen inspirierende Kapselkollektionen und wirkungsvolle Kollaborationen mit bekannten Marken und Persönlichkeiten die Relevanz von BOSS und HUGO weiter steigern. > **Konzernstrategie**, „**Product is Key**“

Der Design- und Produktentwicklungsprozess bei HUGO BOSS beinhaltet die Umsetzung einer kreativen Idee hin zu einem kommerziellen Produkt. Die Arbeit erfolgt dabei in unseren **drei Entwicklungszentren** in Metzingen (Deutschland), Coldrerio (Schweiz) und Morrovalle (Italien). In der Konzernzentrale in **Metzingen** entwickelt HUGO BOSS den Großteil seiner Kollektionen. Am Standort **Coldrerio** werden vor allem Hemden, Strickware, Schuhe und Accessoires sowie Bodywear & Hosiery, in **Morrovalle** hochwertige Schuhe und Lederaccessoires entwickelt.

Produktentwicklungsprozess

PRODUKTENTWICKLUNGSPROZESS BEI HUGO BOSS

Design und
Entwicklung

Beschaffung und
Produktion



Design

Modellentwicklung

Technische
Produktentwicklung

Am Anfang des Produktentwicklungsprozesses steht die **kreative Idee**, wobei die Kundenerwartungen stets berücksichtigt werden. Unsere Kollektionen orientieren sich an der Markenstrategie, den Markenwerten sowie an globalen Mega- und Fashionrends. Zur Gewährleistung einer ganzheitlichen Markenbotschaft werden Kollektion und Markenkommunikation bereits zu Beginn des Entwicklungsprozesses eng miteinander abgestimmt. Die Umsetzung der kreativen Ideen und des Designs in konkrete Kollektionsinhalte berücksichtigt zudem den Abverkaufserfolg vergangener Kollektionen sowie das Feedback unserer Großhandelspartner und Konsumenten. Im **konventionellen Entwicklungsprozess** werden die kreativen Ideen der Designteams im zweiten Schritt in der Modellentwicklung schnitttechnisch umgesetzt. Anschließend verarbeitet die technische Produktentwicklung die Modelle zu Prototypen weiter und testet ihre Eignung im industriellen Produktionsprozess. In der konventionellen Produktentwicklung erfolgt nach der Prototypenerstellung schließlich die **Anfertigung von Musterkollektionen**, um sicherzustellen, dass die Produkte unseren hohen Ansprüchen an Qualität und Passform entsprechen. Nach erfolgter Produktion stehen die Kollektionen für den Verkauf über die entsprechenden Vertriebskanäle bereit. Der früher bedeutsamere klassische Produktentwicklungsprozess hat in den letzten Jahren zunehmend an Bedeutung verloren, da wir die Digitalisierung in diesem Bereich erfolgreich vorantreiben konnten.

>90 % DIGITAL ENTWICKELTE PRODUKTE BIS 2025

Die **Digitalisierung der Produktentwicklung** ist für HUGO BOSS von hoher strategischer Relevanz. Gemäß unserem strategischen Claim „Lead in Digital“ haben wir uns zum Ziel gesetzt, bis 2025 mehr als 90% unserer Produkte digital zu entwickeln. Dank weiterer wichtiger Fortschritte bei der Entwicklung realitätsnaher 3D-Simulationen und der Ausweitung der digitalen Entwicklung auf weitere Produktgruppen in den letzten Jahren, konnten wir den **Anteil digital entwickelter Produkte** im Geschäftsjahr 2023 auf rund 65% steigern (2022: rund 55%). Schon heute sind wir in der Lage, den gesamten Produktentwicklungsprozess digital abzubilden. Ein Paradebeispiel hierfür wird unsere Kapselkollektion **Aston Martin x BOSS** als Teil der exklusiven BOSS Camel Markenlinie sein. Sie soll in der zweiten Jahreshälfte 2024 auf den Markt kommen und vollständig digital entwickelt werden – von den ersten Skizzen über die Auswahl der Materialien bis hin zum Vertrieb der Produkte über unsere digitalen Kanäle. Insgesamt ermöglichen uns die **digitalen Arbeitsabläufe** entlang der gesamten Wertschöpfungskette flexibler zu agieren, die Vorlaufzeiten zu verkürzen und uns so effektiver und schneller an die sich verändernden Verbrauchertrends und Kundennachfrage anzupassen. Darüber hinaus kommen die digital entwickelten Styles auch im Vertrieb zum Einsatz, zum Beispiel beim Verkauf unserer Kollektionen an Großhandelspartner über digitale Showrooms oder aber beim „Virtual Try-On“ auf hugoboss.com. Gleichzeitig sind wir davon überzeugt, dass die fortschreitende Digitalisierung unseres Produktentwicklungsprozesses auch einen positiven Beitrag zu unseren **Nachhaltigkeitsambitionen** leisten wird, da sie eine genauere Vorhersage von Trends ermöglicht, Kundenpräferenzen noch besser antizipiert und den Bedarf an physischen Musterteilen weiter reduziert. Dies wiederum soll die Abfallmenge minimieren und unsere CO₂-Emissionen verringern. **> Nachhaltigkeit**

Mit dem Ziel, bei den sich schnell entwickelnden Technologien in der digitalen Produktentwicklung auch weiterhin eine Vorreiterrolle einzunehmen, investiert HUGO BOSS kontinuierlich in den Kompetenzausbau seiner Mitarbeiter. Schon heute werden dank unserer starken Expertise im Bereich der digitalen Produktentwicklung spezielle **Schulungen zur weiteren Steigerung der 3D-Kompetenz** intern durchgeführt. Diese

sollen ein echtes digitales Mindset mit einem durchgängigen Verständnis aller relevanten digitalen Prozesse fördern. Um die Kenntnisse im Bereich 3D-Design zu vertiefen, wurden im Jahr 2023 zusätzliche Schulungen eingeführt. Mit dem Ziel, den Wissensaustausch unter den Mitarbeitern zu stärken hat das Unternehmen zudem interne Veranstaltungen zu dem Thema durchgeführt. Darüber hinaus haben wir unser Fachwissen und unsere Innovationsfähigkeit mit der Etablierung eines speziellen 3D-Designteams gestärkt, das unter anderem innovative Softwarelösungen implementiert und Kenntnisse aus der Gaming-Welt adaptiert.

Fokusthemen in der Produktinnovation

Im Rahmen unserer Wachstumsstrategie „CLAIM 5“ wollen wir das volle Potenzial von BOSS und HUGO ausschöpfen, indem wir unsere Kunden 24/7 und für alle Trageanlässe perfekt ausstatten. Von besonderer Bedeutung und folglich ein Schwerpunkt im Bereich Produktinnovation bei HUGO BOSS sind das **Voran-treiben der Casualisierung** entlang unserer Kollektionen und die weitere Optimierung des Tragekomforts durch den Einsatz innovativer Materialien. Bei BOSS treiben wir die Innovation insbesondere mit unserem **Athleisurewear**-Angebot im Rahmen von **BOSS Green** weiter voran. Im Jahr 2023 haben wir einen besonderen Schwerpunkt darauf gelegt, unsere Kunden für einen aktiven Lebensstil einzukleiden. So haben wir spezielle funktionelle Kapselkollektionen auf den Markt gebracht, darunter eine gemeinsam mit Markenbotschafter Matteo Berrettini entwickelte Kollektion für den Tennissport, sowie eine neue hochfunktionelle Kollektion mit der Läuferin Alica Schmidt als Teil der BOSS Womenswear. Um den Tragekomfort innerhalb unseres **BOSS Formalwear**-Sortiments weiter zu erhöhen, haben wir bereits 2022 das Produktangebot BOSS Performance eingeführt, das Formalwear-Outfits mit Sportswear-Elementen kombiniert und damit perfekt auf die Bedürfnisse unserer Kunden abgestimmt ist. Das Angebot reicht nunmehr von äußerst dehnbaren und maschinenwaschbaren Modellen bis hin zu besonders leichten, knitterfreien Produkten, die problemlos im Handgepäck transportiert werden können. Während wir 2023 das Performance-Sortiment erfolgreich auf die BOSS Womenswear ausgeweitet haben, konnten wir bei der BOSS Menswear zusätzliche Performance-Funktionalitäten in unser bestehendes Sortiment integrieren und dabei auf den Erfahrungen der vergangenen Jahre aufgebaut. Dazu gehören unter anderem Tech-Leinen- oder Tech-Flanell-Anzüge, die aus Performance-Stretch-Materialien gefertigt sind und Kunden damit einen erhöhten Tragekomfort bieten. Darüber hinaus haben wir mit der Anfang 2024 erfolgten Einführung der Markenlinie **HUGO BLUE** unser Produktportfolio erweitert. Mit einem klaren Fokus auf Denimwear zielt HUGO BLUE vor allem darauf ab, das Potenzial der Marke HUGO in diesem Bereich voll auszuschöpfen. Jersey, Strickwaren, Outdoor-Bekleidung und Accessoires runden das Angebot ab. > **Konzernstrategie, „Product is Key“**

Wir sind fest entschlossen, den wachsenden Kundenerwartungen in Bezug auf **Nachhaltigkeit** bestmöglich gerecht zu werden. Dazu setzen wir bei der Kollektionsentwicklung verstärkt auf innovative, nachhaltige Materialien und Fertigungstechniken. Im Rahmen unserer **langfristigen strategischen Partnerschaft mit HeiQ AeonIQ** konzentrieren wir uns auf die gemeinsame Entwicklung und Produktion eines nachhaltigen, zirkulären und recycelbaren Zellulosegarms mit dem Ziel, umweltschädliches Polyester und Nylon zu ersetzen. In diesem Zusammenhang haben wir in der ersten Jahreshälfte 2023 gemeinsam mit dem BOSS Markenbotschafter Matteo Berrettini die ersten beiden BOSS Poloshirts aus fast 90 % AeonIQ erfolgreich auf den Markt gebracht, die zudem den **ISPO Award 2023** für das Setzen neuer Maßstäbe im Bereich nachhaltiger Performance-Bekleidung erhielten. Später im Jahr bildeten drei weitere Outerwear-Produkte aus AeonIQ-Garn eine limitierte Kapselkollektion, die im Rahmen der BOSS Fashion Show in Mailand im September vorgestellt wurde. Darüber hinaus haben wir im Rahmen unserer **„BETTER BOSS“-Initiative** Ende 2023 eine vollständig

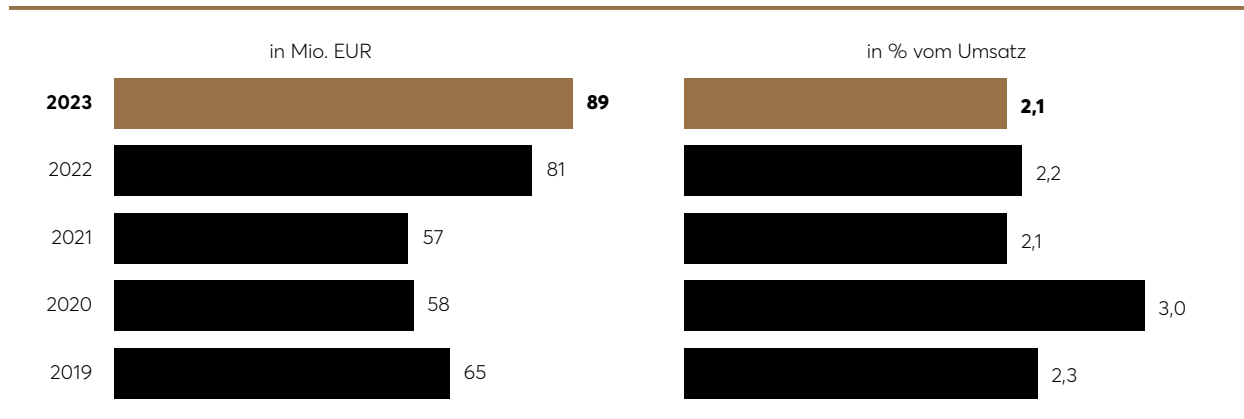
kreislauffähige Kapselkollektion auf den Markt gebracht. Die Kollektion besteht aus recycelten Textilien und verlängert somit die Lebensdauer der Produkte. Ein besonderes Highlight bilden drei All-Gender-Produkte, die ausschließlich aus recycelter Wolle gefertigt wurden. Die „BETTER BOSS“-Initiative vereint unsere Ambitionen im Bereich Circularity sowie unser Ziel, bis 2025 60 % unserer Produkte aus umweltfreundlicheren Materialien herzustellen. Auch bei HUGO sind wir bestrebt, unsere positiven Auswirkungen im Rahmen unserer Nachhaltigkeitsbestrebungen zu maximieren, insbesondere im Rahmen unseres **„WE ACT“-Produktangebots**. Dieses umfasst Produkte, die aus mindestens 60 % nachhaltigeren Rohstoffen wie etwa nachwachsender Baumwolle bestehen. Auch mit Hilfe derartiger Initiativen wollen wir unser Ziel, bis 2030 80 % der Produkte von BOSS und HUGO kreislauffähig zu machen, erreichen. Letzteres ist auch fest in unserer Nachhaltigkeitsstrategie verankert, die ein klares Bekenntnis zur „Förderung der Kreislaufwirtschaft“ enthält. [> Nachhaltigkeit](#)

Die vier wichtigen Hauptkollektionen von BOSS und HUGO sind so gestaltet, dass sie den Kunden sowohl ein breites Sortiment an Kernprodukten als auch eine Vielzahl saisonaler und besonders modebewusster Styles bieten. Neben diesen Hauptkollektionen arbeiten wir mit anderen bekannten Marken und Persönlichkeiten zusammen, um **inspirierende Kapselkollektionen** und **wirkungsvolle Kollaborationen** zu kreieren. Damit wollen wir die Relevanz von BOSS und HUGO weiter steigern und Konsumenten auf der ganzen Welt begeistern. Im Jahr 2023 hat BOSS mehrere Kapselkollektionen zusammen mit seinen Markenbotschaftern sowie mit starken Partnern wie Porsche, Samsonite und der amerikanischen Football-Liga NFL auf den Markt gebracht. Zudem wurde eine spezielle BOSS Womenswear-Kapsel mit dem britischen Supermodel Naomi Campbell entwickelt, die Anfang 2024 auf den Markt kommt und Styles von eleganter Outerwear bis hin zu bequemen Sweatshirts umfasst. HUGO wiederum kooperierte 2023 unter anderem mit dem Audio-Lifestyle-Unternehmen Urbanista und der Markenbotschafterin und TikTok-Superstar Bella Poarch. Außergewöhnliche Kooperationen wie diese werden auch in Zukunft eine Schlüsselrolle bei der Gewinnung neuer und jüngerer Konsumenten spielen, um das große Potenzial beider Marken voll auszuschöpfen. [> Konzernstrategie, „Product is Key“](#)

F&E-Kennzahlen

In den **Kreativ- und Entwicklungsabteilungen** von HUGO BOSS sind vor allem Mode- und 3D-Designer, Schneider, Schuh- und Bekleidungstechniker sowie Ingenieure tätig. Zum 31. Dezember 2023 betrug die Anzahl der Mitarbeiter in diesem Bereich 751 (2022: 656).

AUSGABEN FÜR FORSCHUNG UND PRODUKTENTWICKLUNG



Im Einklang mit unseren strategischen Ansprüchen „Product is Key“ und „Organize for Growth“ stiegen unsere F&E-Aufwendungen im Jahr 2023 um 11% auf 89 Mio. EUR, wobei der Großteil des Anstiegs vor allem auf höhere Personalkosten zurückzuführen ist. Mit 71% machten die Personalkosten auch im vergangenen Geschäftsjahr den größten Teil der **Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen** aus (2022: 71%). Der Rest entfällt im Wesentlichen auf sonstige Abteilungsaufwendungen. Auch 2023 wurde der Großteil der Kosten für Forschung und Entwicklung zum Zeitpunkt der Entstehung als Aufwand erfasst. Die produktionsbezogenen Entwicklungsaufwendungen sind darüber hinaus in den Herstellungskosten der Vorräte enthalten. Aufgrund der überwiegend kurzen Produktlebenszyklen wurden keine Entwicklungskosten als selbsterstellte immaterielle Vermögenswerte aktiviert.

BESCHAFFUNG UND PRODUKTION

Strategischer Fokus auf Steigerung der Effizienz und Flexibilität sowie Verkürzung der Markteinführungszeit

Technologiegesteuerte Business-Operations-Plattform unterstützt zukünftiges Wachstum und Rückverfolgbarkeit

Verstärkte Investitionen in die globale Logistikinfrastruktur

Plattform für Schnelligkeit und Wachstum

Im Rahmen unserer „CLAIM 5“-Strategie streben wir deutliches Wachstum über alle Marken, Regionen und Kundenkontaktpunkte hinweg an. Eine effiziente und robuste Unternehmensinfrastruktur bildet eine wichtige Grundlage für die Erreichung unserer mittelfristigen Finanzziele. Der strategische Claim **„Organize for Growth“** zielt folglich darauf ab, unsere Beschaffungs- und Produktionsaktivitäten weiter zu optimieren und zu flexibilisieren, um so eine starke und robuste Plattform für nachhaltiges Wachstum zu schaffen und gleichzeitig die Markteinführungszeit zu verkürzen.

Die Beschaffung und Produktion hochwertiger Produkte ist ein entscheidender Erfolgsfaktor, um den hohen Kundenerwartungen an Design, Funktionalität, Tragekomfort und Langlebigkeit gerecht zu werden. Neben der Sicherstellung dieser Qualitätsmerkmale streben wir stetig nach Best-in-Class-Lösungen zur weiteren **Steigerung der Resilienz, Effizienz und Flexibilität** unserer globalen Beschaffungs- und Produktionsaktivitäten. Ein wesentliches Element ist dabei die weitere **Digitalisierung entlang der gesamten Wertschöpfungskette**. So wollen wir noch schneller auf veränderte Markttrends reagieren und damit den Kundenwünschen gerecht werden.

In diesem Zusammenhang treiben wir die Einführung unseres wichtigen **Digital TWIN** voran, einer intelligenten und technologiegesteuerten Business-Operations-Plattform, die es uns ermöglichen soll, Echtzeitdaten noch besser zu nutzen. Durch die Erstellung eines digitalen Abbilds unserer Lieferkette und den Einsatz künstlicher Intelligenz wollen wir die Bedarfsplanung weiter verbessern und unsere verschiedenen Planungsaktivitäten besser aufeinander abstimmen. Dies wiederum soll eine möglichst zeit- und quantitätsoptimierte Beschaffung von Produkten und Materialien ermöglichen. Neben einer effizienten Logistikplanung und intelligenten Bestandszuweisung wollen wir sicherstellen, dass die Kundennachfrage noch effektiver bedient werden kann und wir gleichzeitig von geringeren Kosten und einem höheren Anteil an Vollpreisverkäufen profitieren. Die erhöhte Transparenz soll es uns darüber hinaus ermöglichen, eine lückenlose Rückverfolgbarkeit der Produkte zu gewährleisten, was auch in Einklang mit unseren Nachhaltigkeitszielen steht.

Im Jahr 2023 hat unser **funktionsübergreifendes Projektteam** erhebliche Fortschritte bei der Implementierung mehrerer wichtiger TWIN-Projektinitiativen erzielt. So haben wir beispielsweise die Transparenz unserer globalen Beschaffungsprozesse weiter erhöht, das angestrebte Operating-Modell weiterentwickelt und verschiedene neue Technologielösungen identifiziert. Basierend auf dem Erfolg der ersten Pilotimplementierungen werden

wir 2024 die wichtigsten Funktionen unseres TWIN zur Rückverfolgbarkeit weltweit einführen. Darüber hinaus werden wir mit der Implementierung eines neuen Produktlebenszyklusmodells und modernster Planungslösungen beginnen.

Beschaffungsvolumen und regionale Verteilung

Nach wertmäßiger Betrachtung wurden im Jahr 2023 17 % des gesamten **Beschaffungsvolumens** in unseren eigenen Produktionsstätten gefertigt (2022: 14 %), wobei der Anstieg im Vergleich zum Vorjahr die volle Auslastung unserer vierten Produktionsstätte in Izmir (Türkei) widerspiegelt, die auf Casualwear-Produkte spezialisiert ist und Ende 2022 in Betrieb genommen wurde. Entsprechend entfielen 83 % des Beschaffungsvolumens auf Produkte, die von unabhängigen Lieferanten entweder in Lohnfertigung hergestellt oder als Handelsware bezogen wurden (2022: 86 %).

REGIONALE VERTEILUNG DES BESCHAFFUNGS- UND PRODUKTIONSVOLUMENS (IN %)



2023 (2022)

HUGO BOSS legt großen Wert auf einen **regional ausbalancierten strategischen Sourcing-Mix**, um auf diese Weise Risiken wie etwa lokale oder regionale Kapazitätsausfälle möglichst minimieren zu können. Im vergangenen Geschäftsjahr wurden 52 % unserer Waren in **EMEA** bezogen, was einem deutlichen Anstieg im Vergleich zum Vorjahr entspricht (2022: 46 %). Im Einklang mit unserem strategischen Ziel, „Nearshoring“ weiter voranzutreiben, beabsichtigen wir, unsere regionalen Beschaffungsaktivitäten näher an unsere Absatzmärkte heranzuführen. So wollen wir kürzere Durchlaufzeiten gewährleisten und die Markteinführungszeit verkürzen. In diesem Zusammenhang wollen wir den Anteil unserer Beschaffungsaktivitäten in **EMEA** auch in den kommenden Jahren auf einem Niveau von rund 50 % halten. Mit einem Anteil von 26 % unseres globalen Beschaffungs- und Produktionsvolumens (2022: 23 %) steht die **Türkei** für etwa die Hälfte unserer europäischen Beschaffungsaktivitäten und ist auch insgesamt der größte Beschaffungsmarkt für HUGO BOSS. Dabei entfallen mittlerweile 15 % des globalen Beschaffungs- und Produktionsvolumens auf unsere eigene Produktion in Izmir (2022: 12 %). Neben der Türkei stellen auch **Portugal** und **Italien** relevante Beschaffungsmärkte innerhalb der Region EMEA dar.

Der Anteil **Asiens** an unserem weltweiten Beschaffungs- und Produktionsvolumen ist mit 46 % im Jahr 2023 spürbar zurückgegangen (2022: 51 %), ganz im Einklang mit unserem mittelfristigen Ziel, diesen Anteil auf etwa 40 % zu senken. Innerhalb Asiens machen **Vietnam** und **China** 13 % bzw. 10 % unseres weltweiten Beschaffungs- und Produktionsvolumens aus. Damit zählen beide Märkte auch im vergangenen Jahr zu den wichtigsten Beschaffungsmärkten, wobei ihre Anteile im Vergleich zum Vorjahreszeitraum deutlich gesunken sind (2022: 15 % und 17 %).

Um von der Nähe zum wichtigen US-Markt zu profitieren, sind wir bestrebt, auch unsere Beschaffungspräsenz in **Amerika** zu stärken. Während dieser Anteil derzeit bei 2 % liegt (2022: 3 %), wollen wir ihn in den kommenden Jahren auf etwa 10 % erhöhen. In diesem Zusammenhang arbeiten wir daran, insbesondere in **lateinamerikanischen** Märkten wie **Peru** oder **Mexiko** neue Lieferanten zu gewinnen und einzubinden, wobei im Jahr 2023 bereits erste Fortschritte erzielt wurden.

Eigene Produktion als Wettbewerbsvorteil

Im Rahmen von „CLAIM 5“ haben wir unsere Eigenproduktion in den letzten Jahren deutlich ausgeweitet. Neben der größeren **Unabhängigkeit von externen Einflüssen** soll die Eigenfertigung in erster Linie dazu dienen, schneller und flexibler auf veränderte Kundenanforderungen reagieren zu können und den Warennachschub innerhalb der Saison zu beschleunigen. Außerdem hilft uns dies, wichtiges Know-how zur Weiterentwicklung von Produktionstechnologien und Qualitätsstandards zu erlangen. Unsere fünf **eigenen Produktionsstätten** befinden sich in Izmir (Türkei), Metzingen (Deutschland), Radom (Polen), Morrovalle (Italien) und Coldrerio (Schweiz).

Unser **größter eigener Produktionsstandort in Izmir**, der im Jahr 2022 um eine vierte Fabrik erweitert wurde, spielt dabei eine Schlüsselrolle. Während in Izmir in der Vergangenheit in erster Linie Formalwear produziert wurde, entfallen dank der jüngsten Investitionen nunmehr rund 20 % des gesamten Produktionsvolumens vor Ort auf Casualwear-Produkte wie Hosen, Jacken und Jersey-Styles. Somit stammen bereits heute rund 5 % unserer weltweiten Casualwear-Produkte aus Izmir, so dass wir fortan auch im wichtigen Casualwear-Segment noch flexibler auf Veränderungen der Kundennachfrage reagieren können. 2023 haben wir in Izmir zudem mit der Produktion unserer exklusiven BOSS Camel-Linie begonnen. Hier wollen wir insbesondere von unserer traditionsreichen Handwerkskunst profitieren, um hervorragende Produktqualität und einen luxuriösen Tragekomfort zu gewährleisten.

Am Produktionsstandort in **Metzingen** werden ebenfalls hauptsächlich Produkte der Markenlinie BOSS Camel produziert, darunter maßgeschneiderte BOSS „Made to Measure“-Anzüge, sowie Prototypen und Musterteile. In **Radom** und **Morrovalle** werden vor allem Business-Schuhe und Sneaker, in **Coldrerio** BOSS „Made to Measure“-Hemden hergestellt.

Netzwerk erfahrener und spezialisierter Lieferanten

Zur Sicherstellung einer exzellenten Verarbeitungsqualität und einer optimalen Verfügbarkeit unserer Produkte kooperieren wir mit einem umfangreichen **Netzwerk aus erfahrenen und spezialisierten Zulieferbetrieben**. Im Geschäftsjahr 2023 haben wir unser globales Netzwerk von Fertigwarenlieferanten weiter ausgebaut, um die im Rahmen der erfolgreichen Umsetzung von „CLAIM 5“ ausgelöste starke Kundennachfrage zu bedienen. Folglich bezogen wir **Fertigwaren** von insgesamt 205 externen Zulieferbetrieben (2022: 184), die in 267 Produktionsstätten fertigten (2022: 233). Darüber hinaus haben wir **Rohstoffe** von 371 externen Zulieferern (2022: 328) bezogen, die 397 Produktionsstätten (2022: 360) nutzten.

Unser Ziel ist es, **langfristige strategische Partnerschaften** mit Lieferanten aufzubauen und zu pflegen, wobei die durchschnittliche Dauer unserer strategischen Lieferantenbeziehungen bereits heute bei über zehn Jahren liegt. Im Rahmen der Zusammenarbeit verstehen wir uns als starker Partner, der die Lieferanten bei der Weiterentwicklung und Professionalisierung von Prozessen und Arbeitsabläufen unterstützt. Neben wirtschaftlichen Kriterien legen wir großen Wert auf eine **sorgfältige Auswahl der Lieferanten**, bei der ökologische und soziale Aspekte eine wesentliche Rolle spielen. Die Zusammenarbeit basiert auf der Achtung der Menschenrechte, der Einhaltung geltender Arbeitsstandards sowie der Arbeitssicherheit und des Gesundheitsschutzes. Der **HUGO BOSS Supplier Code of Conduct** bildet die Grundlage für alle Lieferantenbeziehungen und stellt einen wichtigen Rahmen für die Gestaltung der Geschäftsaktivitäten dar. Wir überprüfen die Einhaltung des Code of Conduct kontinuierlich in Form von regelmäßigen Umwelt- und Sozialaudits in den Produktionsstätten und unterstützen unsere Lieferanten mit Schulungen zu relevanten Themen. So bieten wir beispielsweise Trainingsprogramme an, die strategischen Partnern dabei helfen sollen, die digitalen Kompetenzen ihrer Mitarbeiter zu verbessern. Gleichzeitig engagieren wir uns stark für die Weiterentwicklung internationaler Standards und spielen eine aktive Rolle in externen Kooperationen zur Gestaltung von nachhaltigeren textilen Lieferketten. > **Zusammengefasste Nichtfinanzielle Erklärung, Achtung der Menschenrechte**

Ausbau der eigenen Logistikinfrastruktur

Die Lagerung von Vorräten konzentriert sich auf ausgewählte Standorte, die überwiegend direkt von HUGO BOSS betrieben werden. Das Herzstück des **konzernweiten Logistiknetzwerks** bilden unsere Distributionszentren für Hänge- und Liegeware sowie für das weltweite Onlinegeschäft, die sich allesamt in unmittelbarer Nähe des Firmensitzes in Metzingen befinden. Ergänzt wird dies durch ausgewählte lokale oder regionale Warenlager, darunter unser eigenes Lager in Savannah (USA), und solche, die von externen Dienstleistern betrieben werden, wie etwa in China oder Großbritannien.

Um die erfolgreiche Umsetzung unserer Wachstumsstrategie „CLAIM 5“ zu unterstützen, hat HUGO BOSS im Jahr 2023 begonnen, verstärkt in sein **Logistiknetzwerk zu investieren**. In diesem Zusammenhang streben wir mittelfristig eine Erhöhung der Stückzahlkapazität von aktuell rund 65 Mio. auf 90 Mio. an. Insbesondere **bauen wir unser Distributionszentrum für Liegeware nahe des Firmensitzes in Metzingen deutlich aus** und reagieren damit auf die weltweit gestiegene Kundennachfrage nach BOSS und HUGO. Im Rahmen dieses mehrjährigen Projekts investieren wir mehr als 100 Mio. EUR, wobei ein starker Fokus auf der weiteren Digitalisierung und Automatisierung der Prozesse sowie dem Einsatz modernster Robotik-Lösungen liegt. Die Erweiterung soll bis 2026 abgeschlossen sein und die Liefer- und Lagerkapazität unseres Lagers um rund 75 % steigern.

NACHHALTIGKEIT

Nachhaltigkeit als integraler Bestandteil der Geschäftstätigkeit von HUGO BOSS

Neue Nachhaltigkeitsstrategie mit fünf Handlungsfeldern

Erneute Aufnahme in den Dow Jones Sustainability Index World und Europe

HUGO BOSS sieht seine vielfältigen Nachhaltigkeitsinitiativen entlang der gesamten Wertschöpfungskette als zentrale unternehmerische Verantwortung und als wichtige Voraussetzung, Konsumenten zu inspirieren und somit seine Position als weltweit führendes Premium-Modeunternehmen weiter auszubauen. Mit unserem sich stetig weiterentwickelnden Geschäftsmodell verpflichten wir uns gleichermaßen dem **Schutz der Umwelt**, der **Erfüllung sozialer und gesellschaftlicher Erwartungen** sowie einer **verantwortungsvollen Unternehmensführung**. Unsere zahlreichen Aktivitäten im Bereich Umwelt, Soziales und Unternehmensführung (Environment, Social, Governance; ESG) zielen darauf ab, Mehrwert für unser Unternehmen, unsere Mitarbeiter, Aktionäre, Konsumenten, Geschäftspartner und die Gesellschaft zu schaffen und somit den langfristigen Erfolg von HUGO BOSS zu sichern.

Nachhaltigkeitsstrategie

UNSERE NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

FÜR EINEN PLANETEN FREI VON ABFALL UND VERSCHMUTZUNG



KREISLAUF-
WIRTSCHAFT
FÖRDERN



DIGITALISIERUNG
UND DATENANALYTIK
VORANTREIBEN



FÜR DIE NATUR
POSITIVE MATERIALIEN
NUTZEN



MIKROPLASTIK
BEKÄMPFEN



„NETTO-NUL“
EMISSIONEN
ERREICHEN

EIN SOLIDES ESG-FUNDAMENT

HUGO BOSS versteht Nachhaltigkeit als wichtiges Element seiner „CLAIM 5“-Strategie und damit als integralen Bestandteil unserer Geschäftstätigkeit. Ganz im Sinne von „**Sustainable Throughout**“, berücksichtigen wir Nachhaltigkeit daher in unseren täglichen Handlungen und Entscheidungen. Im Einklang mit unserem ehrgeizigen Ziel, zu einem **Planeten frei von Abfall und Verschmutzung** beizutragen, haben wir 2023 unsere **neue Nachhaltigkeitsstrategie** entwickelt. Diese konzentriert sich auf **fünf Handlungsfelder** und daraus abgeleitete Ziele: Kreislaufwirtschaft fördern, Digitalisierung und Datenanalytik vorantreiben, für die Natur positive Materialien nutzen, Mikroplastik bekämpfen und netto null Emissionen erreichen. Mit der Umsetzung dieser Ziele ebnen wir den Weg für eine bessere und nachhaltigere Zukunft.

Kreislaufwirtschaft fördern

HUGO BOSS legt höchsten Wert auf die Entwicklung qualitativ hochwertiger Produkte mit zeitlosem Design. Im Rahmen unserer Circularity-Strategie wollen wir die Lebensdauer unserer Produkte verlängern, Materialkreisläufe schließen und vorrangig recycelte und nachwachsende Materialien einsetzen. Indem wir die Entwicklung kreislauffähiger Produkte vorantreiben, tragen wir dazu bei, Ressourcen zu schonen und Abfälle weiter zu reduzieren. In diesem Zusammenhang haben wir uns das ehrgeizige Ziel gesetzt, bis 2030 einen Anteil von **80 % zirkulärer Produkte** zu erreichen (2023: 17 %). Die CIRCULAR-Styles unserer Marken folgen drei Grundprinzipien: Sie sind **recycelbar**, werden aus **nachwachsenden oder recycelten Rohstoffen hergestellt** und sind **auf Langlebigkeit ausgelegt**.

Um dieses Ziel zu erreichen, haben wir verschiedene Initiativen gestartet, darunter Maßnahmen zur Verbesserung der Recyclingfähigkeit unserer Produkte. Darüber hinaus testen wir zirkuläre Geschäftsmodelle wie etwa Repair & Resale Angebote. Um die Übereinstimmung und Einhaltung der Kreislaufprinzipien zu gewährleisten, haben wir eine spezielle **Circular Product Policy** entwickelt, die entsprechende Kriterien für Kreislauffähigkeit in unseren Design- und Entwicklungsprozessen festlegt. Darüber hinaus schulen wir unsere Mitarbeiter in den Bereichen Circular Design und Produktentwicklung, um das kreative Potenzial unserer Design- und Produktentwicklungsabteilungen voll auszuschöpfen. Insbesondere haben wir ein verpflichtendes digitales Training zur Kreislauffähigkeit eingeführt, das die Verwendung recycelter und nachwachsender Materialien thematisiert und Circular Design als positive Alternative hervorhebt. [> Zusammengefasste Nichtfinanzielle Erklärung, Umweltbelange](#)

Digitalisierung und Datenanalytik vorantreiben

Im Einklang mit unserer Vision, die weltweit führende technologiegesteuerte Modeplattform im Premiumbereich zu sein, sind wir fest entschlossen, uns digitale Innovationen zu Nutze zu machen und die vielfältigen digitalen Möglichkeiten voll auszuschöpfen. Um im Sinne unseres strategischen Claims „Lead in Digital“ eine digitale Vorreiterrolle einzunehmen, wollen wir unsere Geschäftsaktivitäten entlang der gesamten Wertschöpfungskette digitalisieren und die Möglichkeiten von Big Data nutzen. Wir sind davon überzeugt, dass die fortschreitende Digitalisierung unserer Wertschöpfungskette auch einen positiven Beitrag zu unseren Nachhaltigkeitsambitionen leisten wird. In diesem Zusammenhang haben wir uns zum Ziel gesetzt, **bis 2025 mehr als 90 % unserer Produkte digital zu entwickeln** (2023: rund 65 %).

HUGO BOSS setzt konsequent auf digitales Design und Produktentwicklung, erweckt Prototypen mit realitätsnahen 3D-Simulationen zum Leben und überzeugt seine Kunden durch hochmoderne interaktive Produktpräsentationen. In den letzten Jahren haben wir alle relevanten physischen Entwicklungsschritte durch digitale Prozesse ersetzt und konnten so den **Einsatz physischer Prototypen** bereits deutlich reduzieren. In Zukunft wollen wir das volle Potenzial moderner Datenanalyse nutzen, in dem wir Informationen gewinnen, die unsere Entscheidungsprozesse unterstützen und es uns ermöglichen, den Materialeinsatz in der Produktion weiter zu optimieren. Durch eine genauere Vorhersage von Trends und Kundenpräferenzen wollen wir **Abfälle minimieren und unsere CO₂-Emissionen reduzieren**. Unser Digital Campus, der das Herzstück unserer digitalen Reise bildet, wird in diesem Zusammenhang eine Vielzahl von Unternehmensdaten nutzen, um wichtige, datengestützte Entscheidungen zu treffen und dabei gleichzeitig die zahlreichen Vorteile der künstlichen Intelligenz nutzen. [> Produktentwicklung und -innovation](#)

Für die Natur positive Materialien nutzen

Wir sind uns bewusst, dass unser Unternehmen und unsere beiden Marken BOSS und HUGO auf intakte Ökosysteme angewiesen sind – von den Materialien, die wir für unsere Produkte verwenden, bis hin zu den Auswirkungen, die wir auf die Umwelt haben. In Zukunft wollen wir daher das große **Potenzial der regenerativen Landwirtschaft** nutzen, indem wir einen starken Fokus auf die Beschaffung von Materialien legen, die nicht nur den ökologischen Fußabdruck unserer Industrie reduzieren, sondern auch zum Erhalt der Artenvielfalt beitragen. Während die traditionelle Landwirtschaft negative Auswirkungen auf die Bodengesundheit, das Klima und die Artenvielfalt hat, sind wir fest davon überzeugt, dass sie in eine leistungsstarke, naturbasierte Lösung umgestaltet werden kann. Um regenerative Anbaumethoden zu fördern, arbeiten wir eng mit unseren Partnern und Lieferanten zusammen und leisten Pionierarbeit bei der Entwicklung zukunftsfähiger Systeme. Unser Ziel ist es, bis 2030 **100 % unserer natürlichen Materialien im Einklang mit den Prinzipien der regenerativen Landwirtschaft oder aus geschlossenen Kreisläufen (Closed-Loop-Recycling) zu beziehen**. Letzteres beinhaltet auch die Verwendung recycelter Pre- und Post-Consumer-Textilabfälle, wodurch unsere Auswirkungen auf die Umwelt weiter reduziert werden.

Um dieses ehrgeizige Ziel zu erreichen, arbeiten wir unter anderem mit der **Nichtregierungsorganisation Raddis Cotton** zusammen, die sich für regenerative Landwirtschaft und die Stärkung von Landwirtinnen einsetzt. In diesem Zusammenhang hat BOSS im Rahmen seiner Frühjahr/Sommer-2023-Kollektion eine limitierte Kapselkollektion mit T-Shirts, Sweatshirts und Trainingshosen auf den Markt gebracht, die zu 100 % aus regenerativ angebaute Baumwolle aus Südindien bestehen. Wir planen, diese Zusammenarbeit 2024 fortzusetzen und auch in Zukunft ähnliche Partnerschaften einzugehen. Gleichzeitig ermutigen wir unsere Zulieferer, dies ebenfalls zu tun.

Mikroplastik bekämpfen

Die intensive Nutzung synthetischer Fasern wie Polyester und Nylon ist eine der Hauptursachen für die Entstehung von Mikroplastik und trägt zur Umweltverschmutzung und möglicher Schädigung von Ökosystemen bei. Vor allem beim Waschen von Kleidung gelangt Mikroplastik während des Produktionsprozesses und der Nutzungsphase ins Abwasser. Um die Menge an Mikroplastik, die somit schlussendlich in Flüsse und Meere gelangt, zu reduzieren, wollen wir **bis 2030 vollständig auf Polyester und Nylon in unseren Produkten verzichten**, in dem wir kontinuierlich echte Alternativen zu synthetischen Fasern erkunden und einsetzen.

Die Umsetzung dieses ehrgeizigen Ziels hängt maßgeblich von der breiten Verfügbarkeit alternativer Rohstoffe ab. Vor diesem Hintergrund sind wir bereits 2022 eine **langfristige strategische Partnerschaft mit dem Schweizer Innovationsunternehmen HeiQ** eingegangen, um gemeinsam AeonIQ, das weltweit erste nachhaltige, kreislauffähige Zellulosegarn, zu entwickeln und zu nutzen. Es soll erdölbasierte Garne wie Polyester und Nylon ersetzen und während des Wachstums zudem Kohlenstoff aus der Atmosphäre binden. Im Jahr 2023 brachte BOSS erfolgreich zwei erste Poloshirts auf den Markt, die zu rund 90 % aus AeonIQ bestehen, und präsentierte außerdem drei Outerwear-Produkte als Teil der Herbst/Winter-2023-Kollektion im Rahmen seines Fashionevents in Mailand. In den kommenden Jahren werden wir diese Partnerschaft weiter ausbauen, indem wir den Einsatz des Garns in den Kollektionen unserer Marken schrittweise erhöhen.

> Produktentwicklung und -innovation

Netto null Emissionen erreichen

HUGO BOSS hat sich ehrgeizige Ziele gesetzt, um seine CO₂-Emissionen zu reduzieren und damit einen wichtigen Beitrag zum Klimaschutz zu leisten. Gemeinsam mit anderen Unternehmen der Modebranche haben wir uns unter anderem dazu verpflichtet, **bis zum Jahr 2050 netto null CO₂-Emissionen** zu erreichen. Im Rahmen dieser Selbstverpflichtung verfolgen wir das Ziel, unsere CO₂-Emissionen entlang der gesamten Wertschöpfungskette (Scope 1, Scope 2 und Scope 3) bis zum Jahr 2030 (Basisjahr: 2019) effektiv, d.h. ohne zusätzliche Kompensation, um mindestens 50 % zu reduzieren.

Um diese Ziele zu erreichen, setzen wir sowohl an unseren eigenen Standorten als auch in der Lieferkette zahlreiche Maßnahmen und Initiativen um. Unter anderem setzen wir auf regenerative Landwirtschaft, um die Emissionen bei der Rohstoffgewinnung deutlich zu reduzieren. Außerdem **arbeiten wir eng mit unseren Lieferanten zusammen**, um den Energieverbrauch in der Produktion zu senken, und setzen uns dafür ein, den Einsatz von Luftfracht in der gesamten Lieferkette zu begrenzen. Um die **CO₂-Emissionen an unseren eigenen Produktionsstandorten weiter zu reduzieren**, investieren wir vor allem in energieeffiziente Technologien, die Modernisierung und Erneuerung technischer Anlagen sowie die Erhöhung des Einsatzes erneuerbarer Energien. > **Zusammengefasste Nichtfinanzielle Erklärung, Umweltbelange**







Ein solides ESG-Fundament

Unsere Nachhaltigkeitsstrategie und ihre fünf Handlungsfelder basieren auf einem starken ESG-Fundament, das fest in unserem Unternehmen verankert ist und uns bei all unseren Geschäftsaktivitäten leitet. Wir beteiligen uns aktiv an zahlreichen Initiativen, die darauf abzielen, einen grüneren Planeten zu schaffen und gleichzeitig den sozialen und gesellschaftlichen Zusammenhalt zu fördern. Neben Maßnahmen zum Schutz von Umwelt und Ökosystemen sind **nachhaltige Produktionsprozesse** für uns von zentraler Bedeutung. Aus diesem Grund legt HUGO BOSS großen Wert auf die Sicherheit und das Wohlergehen der eigenen Mitarbeiter und der Mitarbeiter in der Wertschöpfungskette. Dazu gehören vor allem die Einhaltung internationaler Menschen- und Arbeitsrechte sowie eine faire Entlohnung. Gleichzeitig ist HUGO BOSS davon überzeugt, dass eine **gute und verantwortungsvolle Unternehmensführung** ein wesentlicher Faktor für den langfristigen Unternehmenserfolg ist. > **Zusammengefasste Nichtfinanzielle Erklärung, Achtung der Menschenrechte**

ESG-Ratings und -Rankings

Unser starkes Engagement für Nachhaltigkeit wird regelmäßig durch verschiedene renommierte ESG-Ratings und -Rankings bestätigt und ausgezeichnet. Dies unterstreicht unser Engagement für verantwortungsvolle Geschäftspraktiken und unsere kontinuierlichen Bemühungen, einen positiven Beitrag für Umwelt und Gesellschaft zu leisten. Mit unserem Ansatz der **transparenten Berichterstattung und nachhaltigen Geschäftspraktiken** wollen wir auch weiterhin eine Vorreiterrolle in unserer Branche einnehmen, ganz im Sinne unseres Mission Statements „We Love Fashion, We Change Fashion“.

WICHTIGE ESG RATINGS UND RANKINGS

	Erklärung	Bewertung
	Mit 87 Punkten im Corporate Sustainability Assessment (CSA) 2023 wurde HUGO BOSS zum 7. Mal in Folge in den Dow Jones Sustainability Index (DJSI) World aufgenommen und belegt branchenweit den zweiten Platz.	87
	2023 erhielt HUGO BOSS für seine allgemeinen Klimaschutzmaßnahmen von CDP ein B, wobei die Klimaziele sowie Scope-1- und Scope-2-Emissionen mit A bewertet wurden.	B
	HUGO BOSS hat von MSCI 2023 ein AA erhalten und damit über dem Branchendurchschnitt liegende Maßnahmen und Ergebnisse in Bezug auf den CO ₂ -Fußabdruck der Produkte, die Rohstoffbeschaffung und die Unternehmensführung gezeigt.	AA
	ISS ESG bewertete die ESG-Gesamtleistung von HUGO BOSS mit C+ (Prime) und damit über dem branchenspezifischen Schwellenwert.	C+
	Im Jahr 2024 wurde HUGO BOSS mit einer Punktzahl von 13,0 bewertet, was bedeutet, dass das Unternehmen einem geringen ESG-Risiko ausgesetzt ist und gute Managementpraktiken anwendet.	13,0
	HUGO BOSS wurde mit einem ESG-Score von 6,24 (führend) bewertet, einhergehend mit einer hohen Transparenzquote.	6,24

Aufgrund unserer anhaltenden Bestrebungen im Bereich Nachhaltigkeit und unserer hohen Transparenz wurde HUGO BOSS zum siebten Mal in Folge in den renommierten **Dow Jones Sustainability Index (DJSI) World** und zum vierten Mal in Folge in den DJSI Europe aufgenommen. Im dazugehörigen Corporate Sustainability Assessment (CSA) belegten wir erneut einen starken zweiten Platz in der globalen Textil-, Bekleidungs- und Luxusgüterindustrie. In verschiedenen Kernbereichen wie Menschenrechten, Abfallmanagement, Kundenbeziehungsmanagement, Datenschutz und Innovationsmanagement erzielten wir besonders gute Ergebnisse und wurden dort folglich jeweils als „Best in Class“ eingestuft. Für die aktive Umsetzung wichtiger Nachhaltigkeitsmaßnahmen wurden wir im Jahr 2023 zudem mit dem **Golden Planet Award** ausgezeichnet. Für seine transparente und umfassende Berichterstattung zu Nachhaltigkeitsthemen erhielt HUGO BOSS darüber hinaus den **ESG Transparency Award**.

Investition in Nachhaltigkeit

HUGO BOSS bekräftigt sein Nachhaltigkeitsengagement auch mittels einer **Investition in Collateral Good Ventures Fashion I**, einen Venture Capital Fonds, der sich der Förderung von Nachhaltigkeit in der Modeindustrie und entlang der textilen Wertschöpfungskette widmet. Der Fonds wird mit Beteiligung von HUGO BOSS Start-ups und Unternehmen unterstützen, die innovative Lösungen in Bereichen wie Upcycling von Rohstoffen, Verzicht auf Mikrofasern sowie Repair & Care Angebote entwickeln. HUGO BOSS wird rund 10 % des angestrebten Gesamtvolumens des Fonds von 100 Mio. EUR beisteuern.

ZUSAMMENGEFASSTE NICHTFINANZIELLE ERKLÄRUNG

Erklärung fasst wesentliche Angaben zu nichtfinanziellen Aspekten zusammen

Acht Sachverhalte als wesentlich im Sinne des § 289c (3) HGB identifiziert

Definition dargestellter Leistungsindikatoren orientiert sich an GRI-Standards

Über diese zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung

Gemäß §§ 315b, 315c HGB i. V. m. §§ 289b bis 289e HGB veröffentlicht das Unternehmen diese für die HUGO BOSS AG und den HUGO BOSS Konzern zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung. Sie fasst die für unser Unternehmen wesentlichen Angaben zu den fünf geforderten Aspekten **Umweltbelange, Arbeitnehmerbelange, Sozialbelange, Achtung der Menschenrechte, Bekämpfung von Korruption und Bestechung** sowie zur **EU-Taxonomie** inhaltlich zusammen. Bei der Erstellung der Erklärung hat sich HUGO BOSS insbesondere hinsichtlich der Definition der berichteten Leistungsindikatoren an den GRI Standards der Global Reporting Initiative orientiert.

Im Rahmen des Berichtsprozesses hat HUGO BOSS geprüft, ob Risiken bestehen, die mit der eigenen Geschäftstätigkeit, den Geschäftsbeziehungen des Unternehmens sowie dessen Produkten oder Dienstleistungen verbunden sind und die sehr wahrscheinlich schwerwiegende negative Auswirkungen auf die oben genannten Aspekte haben oder haben könnten. HUGO BOSS hat **keine derartigen Risiken** zu berichten.

Falls nicht anders vermerkt, spiegeln die in dieser Erklärung gemachten Angaben die **Perspektive der HUGO BOSS AG und die des Konzerns** gleichermaßen wider. Verweise auf Angaben außerhalb der zusammengefassten nichtfinanziellen Erklärung sind – mit Ausnahme von Verweisen auf das Kapitel „Geschäftstätigkeit und Konzernstruktur“ als Teil des zusammengefassten Lageberichts – über die Pflichtangaben des HGB hinausgehende Informationen und nicht Bestandteil der Erklärung. Die zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung wurde einer freiwilligen Prüfung mit begrenzter Sicherheit nach ISAE 3000 (Revised) unterzogen.

> **Vermerk des unabhängigen Wirtschaftsprüfers über eine Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit**

Beschreibung des Geschäftsmodells

HUGO BOSS gehört zu den führenden Fashion- und Lifestyle-Unternehmen im Premiumsegment des globalen Bekleidungsmarkts. Unser **Geschäftsmodell** ist ausführlich im Kapitel „Geschäftstätigkeit und Konzernstruktur“ dieses Geschäftsberichts beschrieben. > **Geschäftstätigkeit und Konzernstruktur**

Herleitung wesentlicher Sachverhalte

Basis für die Auswahl der in dieser Erklärung dargelegten Sachverhalte bildet eine von HUGO BOSS im Jahr 2019 durchgeführte **Wesentlichkeitsanalyse**, die insbesondere eine Wesentlichkeitsbetrachtung nach § 289c (3) HGB umfasst. Dabei wurde untersucht, inwiefern die Sachverhalte für das Verständnis des Geschäftsverlaufs, des Geschäftsergebnisses, der Lage des Unternehmens und der Auswirkungen seiner Tätigkeit auf die fünf übergeordneten Aspekte von besonderer Bedeutung sind. Im Jahr 2023 erfolgte eine Überprüfung der Wesentlichkeitsanalyse, wobei HUGO BOSS deren unveränderte Gültigkeit bestätigte.

KONZERNÜBERSICHT WESENTLICHER SACHVERHALTE, ZIELE UND DER ENTWICKLUNG 2023

Aspekte	Wesentliche Sachverhalte ¹	Ziele	Entwicklung 2023
Umweltbelange	Klimaschutz in der Produktion	Erreichen von Netto-Null bei klimaschädlichen Emissionen bis 2050; Effektive Reduzierung der CO ₂ -Emissionen entlang der gesamten Wertschöpfungskette um mindestens 50 % bis 2030 (Basisjahr: 2019)	–1 % im Vergleich zum Vorjahr ² ; +42 % im Vergleich zum Basisjahr ²
	Circularity	80 % kreislauffähige Bekleidungsprodukte bis 2030	17 % kreislauffähige Bekleidungsprodukte
Arbeitnehmerbelange	Arbeitgeberattraktivität	Weitere Steigerung der Arbeitgeberattraktivität	77 % Mitarbeiterzufriedenheit
Sozialbelange	Markenstärke	Eine der 100 weltweit führenden Marken sein	Deutliche Steigerung des Markenwerts
	Datenschutz	Möglichst vollständiger Ausschluss von Verstößen gegen geltendes Datenschutzrecht	Keine solchen Verstöße im Sinne von behördlich oder gerichtlich festgestellter Fälle
Achtung der Menschenrechte	Menschenrechte und Arbeitsstandards in der Produktion	Einhaltung gesetzlicher und unternehmens-eigener Regelungen zu Menschenrechten und Arbeitsstandards	86 % des Beschaffungsvolumens bezogen von Fertigwarenlieferanten mit einer der beiden höchsten Leistungsstufen zur Einhaltung sozialer Standards
	Sicherheit am Arbeitsplatz in der Produktion	Jederzeitige Gewährleistung von Sicherheit am Arbeitsplatz	
Bekämpfung von Korruption und Bestechung	Vermeidung von Korruption und wettbewerbs-schädigendem Verhalten	Vermeidung von Rechtsverletzungen wie Korruptions-, Bestechungs- und Kartellrechtsverfälle	Keine solchen Verstöße im Sinne von behördlich oder gerichtlich festgestellter Fälle

¹ Die Sachverhalte „Klimaschutz in der Produktion“, „Menschenrechte und Arbeitsstandards in der Produktion“ und „Sicherheit am Arbeitsplatz in der Produktion“ beziehen sich jeweils sowohl auf die eigene Produktionstätigkeit von HUGO BOSS als auch auf die Produktionstätigkeit unabhängiger Lieferanten.

² Nicht Teil der freiwilligen Prüfung mit begrenzter Sicherheit nach ISAE 3000 (Revised).

Organisatorische Verankerung und Verantwortlichkeiten

Das Thema Nachhaltigkeit ist bei HUGO BOSS fest in der Wachstumsstrategie „CLAIM 5“ verankert. Die übergeordnete Verantwortung für eine nachhaltige Entwicklung des Konzerns trägt dabei der **Gesamtvorstand**. Die strategische Verantwortung obliegt dem Bereich Group Strategy and Corporate Development, der direkt an den Vorstandsvorsitzenden (CEO) berichtet. Die operative Verantwortung entlang der Lieferkette liegt im Bereich Business Operations, während Investor Relations für die Nachhaltigkeitsberichterstattung zuständig ist. Beide Bereiche sind dem Chief Financial Officer (CFO)/Chief Operations Officer (COO) unterstellt. Dieser verantwortet zudem das zentrale **Sustainability Committee**, das sich aus Vertretern wesentlicher in Nachhaltigkeitsthemen involvierter Unternehmensbereiche zusammensetzt und relevante Entscheidungsprozesse im Bereich der Nachhaltigkeit vorantreibt. **> Vorstand**

Verhaltenskodex

HUGO BOSS hat konzernweit gültige Verhaltensgrundsätze in einem **Verhaltenskodex** sowie in weiterführenden Konzernrichtlinien zusammengefasst und so die Grundlage für ein rechtlich einwandfreies Verhalten seiner Mitarbeiter geschaffen. Schwerpunkte sind dabei Regelungen zum wettbewerbskonformen Verhalten, zur Vermeidung von Interessenkonflikten, zum angemessenen Umgang mit Unternehmensinformationen, zum Datenschutz, zu fairen Arbeitsbedingungen und einem respektvollen Umgang sowie zur Vermeidung von Korruption. Die Mitarbeiter werden fortlaufend mit den Regelungen des öffentlich zugänglichen Verhaltenskodex und der Konzernrichtlinien vertraut gemacht. Daneben stellt unser **Lieferantenverhaltenskodex** die Grundlage für alle Lieferantenbeziehungen und einen wichtigen Rahmen für die Gestaltung der Geschäftsaktivitäten dar. Die Einhaltung des Lieferantenverhaltenskodex wird von uns regelmäßig in Form von Audits in den Produktionsstätten überprüft. Gleichzeitig unterstützen wir unsere Lieferanten mittels themenspezifischer Trainings.

Corporate Sustainability Reporting Directive

Im vergangenen Geschäftsjahr hat sich HUGO BOSS eingehend mit der ab dem Geschäftsjahr 2024 geltenden **Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)** beschäftigt. Im Zuge dessen wurden im Rahmen eines bereichsübergreifenden Projektes wichtige Maßnahmen ergriffen, um den damit verbundenen umfassenden zukünftigen Berichtspflichten nachzukommen. Insbesondere führt HUGO BOSS eine **doppelte Wesentlichkeitsanalyse** durch, die Anfang 2024 abgeschlossen werden soll. Diese zielt darauf ab, die für HUGO BOSS wesentlichen Umwelt-, Sozial- und Governance-Themen (Environment, Social, Governance; ESG) zu identifizieren, insbesondere im Zusammenhang mit den ab 2024 anzuwendenden **European Sustainability Reporting Standards (ESRS)**. In seiner Nachhaltigkeitserklärung für das Geschäftsjahr 2024 wird HUGO BOSS detailliert über alle als wesentlich bewerteten Themen berichten.

Umweltbelange

Klimaschutz in der Produktion

In der globalen Textil- und Bekleidungsindustrie entstehen CO₂-Emissionen vor allem bei der Gewinnung und in der Produktion textiler Fasern sowie innerhalb energieintensiver Verarbeitungsprozesse, zu denen beispielsweise Färben, Waschen oder Bleichen gehören. HUGO BOSS ist sich seiner Mitverantwortung zum **Schutz von Umwelt und Klima** bewusst. Die Einführung und Weiterentwicklung umwelt- und klimafreundlicher Prozesse bei unseren Lieferanten ist für uns dabei ebenso wichtig wie die Umsetzung entsprechender Maßnahmen an den eigenen Produktionsstandorten.

Interne Richtlinien und Standards zu Klimaschutzthemen in der Lieferkette werden vom **Zentralbereich Group Strategy and Corporate Development** vorgegeben und in engem Austausch mit der Abteilung **Sustainable Supply Chain Management** umgesetzt. Zudem koordiniert das zentrale **Umweltmanagement-Team** in enger Abstimmung mit den lokal Verantwortlichen entsprechende Maßnahmen in den eigenen Produktionsstätten. Der CFO/COO wird insbesondere im Rahmen des Sustainability Committee regelmäßig über die Fortschritte zur Erreichung der Klimaschutzziele des Konzerns informiert. Zudem besteht ein direkter Berichtsweg des Zentralbereichs Group Strategy and Corporate Development zum CEO.

Ziele

Als Unterzeichner der Fashion Industry Charter for Climate Action unter der Schirmherrschaft der Klimarahmenkonvention der Vereinten Nationen (UNFCCC) strebt HUGO BOSS, gemeinsam mit anderen Unternehmen der Modeindustrie, nach einem **netto null bei klimaschädlichen Emissionen** bis zum Jahr 2050. Im Rahmen unseres Bekenntnisses zu diesem Ziel legt unsere Nachhaltigkeitsstrategie großen Wert darauf, die Emissionen nicht nur in unserem eigenen Verantwortungsbereich, sondern entlang der gesamten Wertschöpfungskette deutlich zu reduzieren. Als ersten wichtigen Meilenstein verfolgen wir das Ziel, unsere CO₂-Emissionen entlang der gesamten Wertschöpfungskette bis 2030 effektiv, das heißt ohne zusätzliche Kompensation, um mindestens 50 % zu senken (Basisjahr: 2019). Die in diesem Ziel enthaltenen Scope-1-, Scope-2- und Scope-3-Kategorien sind untenstehender Tabelle zu entnehmen.

Maßnahmen

Mit zahlreichen Maßnahmen und Initiativen an unseren eigenen Standorten und in der Lieferkette setzen wir uns für den globalen Klimaschutz ein. Zur Definition geeigneter Maßnahmen engagieren wir uns gemeinsam mit anderen Unterzeichnern der **Fashion Industry Charter for Climate Action**. Im Geschäftsjahr 2023 haben wir uns unter anderem auf die Zusammenarbeit mit anderen Unterzeichnern in gemeinsamen Arbeitsgruppen konzentriert, die sich mit wichtigen Themen wie „Dekarbonisierung“, „Kohlenstoffarme Produktion“ und „Politisches Engagement“ befassen.

Im Einklang mit der UNFCCC arbeiten wir zudem gemeinsam mit unseren Lieferanten daran, die Umweltauswirkungen in der Lieferkette nachhaltig zu reduzieren. Dabei ist die **Einhaltung gesetzlicher Umweltanforderungen** fester Bestandteil der Lieferantenverträge. Zusätzlich beschreibt unsere auf der HUGO BOSS Unternehmenswebsite veröffentlichte **Umweltpolitik** eine Vielzahl von Umweltschutzgrundsätzen sowohl für unsere eigenen Produktionsstätten als auch für die unserer Zulieferer. Sie reflektiert unsere im Rahmen der Fashion Industry Charter for Climate Action verfolgten Aktivitäten und Ziele. Auch unser **Lieferantenverhaltenskodex** enthält umfassende Richtlinien zur Einhaltung von Umweltschutzauflagen. Zusätzlich schreibt HUGO BOSS für seine Lieferanten mithilfe einer öffentlich zugänglichen **WE CARE Commitment** verbindliche Nachhaltigkeitskriterien hinsichtlich der Verwendung und Verarbeitung textiler Fasern und Materialien für sein nachhaltigeres Produktangebot fest.

Im Rahmen regelmäßiger **Umweltaudits**, die von externen Auditoren durchgeführt werden, erfassen wir unter anderem den Energieverbrauch und CO₂-Ausstoß unserer Lieferanten. Für den Fall, dass Verstöße gegen Umweltauflagen festgestellt werden, erarbeiten wir gemeinsam mit dem jeweiligen Lieferanten Maßnahmenpläne, deren Umsetzung in Folgeaudits überprüft wird. Auch mittels geeigneter **Schulungen** wollen wir unsere Lieferanten regelmäßig zu Umwelt- und Klimaschutzmaßnahmen informieren und auf die Etablierung standardisierter Energie- und Umweltmanagementsysteme hinwirken. Dazu gehören auch Schulungen zu geeigneten Verfahren zur CO₂-Bilanzierung. Um die Transparenz und Messbarkeit der Umweltauswirkungen unserer Partner zu erhöhen, haben wir in Zusammenarbeit mit der Fashion Industry Charter for Climate Action und den beteiligten Unterzeichnern 2021 ein webbasiertes **„Climate Action Training for the Fashion Industry“** entwickelt. Das Training vermittelt Bekleidungs-, Textil- und Schuhherstellern grundlegende Kenntnisse über den Klimawandel, die Umweltauswirkungen der Modeindustrie, Energieeffizienz und erneuerbare Energien sowie praktisches Know-how zur CO₂-Bilanzierung.

Um seine Maßnahmen zur Erreichung von netto null bis 2050 weiter zu intensivieren, hat HUGO BOSS eine **Dekarbonisierungs-Roadmap** entwickelt. In diesem Zusammenhang haben wir 2023 ein sogenanntes Greenhouse Gas (GHG) Assessment durchgeführt, um mögliche zusätzliche Maßnahmen zur nachhaltigen Reduzierung von Treibhausgasemissionen in unserer vorgelagerten Wertschöpfungskette zu identifizieren. In Zukunft wollen wir die Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten weiter intensivieren, um die Emissionen in unserer Lieferkette effektiv zu reduzieren. Dabei fokussieren wir uns auf die Lieferanten mit den höchsten Emissionen, insbesondere auf solche mit einem hohen Energiebedarf.

Um die mit dem Anbau und der Weiterverarbeitung natürlicher Materialien verbundenen Emissionen und sonstigen Umweltbelastungen zu reduzieren, wollen wir – ganz im Sinne unserer Nachhaltigkeitsstrategie – **„für die Natur positive Materialien nutzen“** indem wir das Potenzial der **regenerativen Landwirtschaft** ausschöpfen. Das bedeutet, dass wir künftig noch stärker auf die Beschaffung von Materialien setzen werden, die nicht nur den ökologischen Fußabdruck unserer Branche verringern, sondern auch zum Erhalt der Biodiversität beitragen. Unser Ziel ist es, bis zum Jahr 2030 100 % unserer natürlichen Materialien nach den Kriterien der regenerativen Landwirtschaft oder durch Kreislaufwirtschaft zu beschaffen und somit auch einen Beitrag zum Klimaschutz zu leisten. Dazu gehört auch Baumwolle, das bei HUGO BOSS mit Abstand am meisten verwendete Material. [> Nachhaltigkeit](#)

Die Auswirkungen unserer eigenen Produktionstätigkeit auf das Klima sind im Vergleich zu denen aufseiten externer Lieferanten nur gering, da insbesondere die vorgelagerten Wertschöpfungsstufen CO₂-lastige Prozesse beinhalten. Dennoch spielt die Reduktion der Energieverbräuche und CO₂-Emissionen an unseren eigenen Produktionsstandorten eine wichtige Rolle bei der Erreichung unserer Ziele. Bei der kontinuierlichen Weiterentwicklung unseres **Umweltmanagements** orientieren wir uns an den internationalen Normen ISO 14001 (Umweltmanagement) und ISO 50001 (Energiemanagement). Unser mit Abstand größter eigener Produktionsstandort in Izmir (Türkei) ist bereits seit 2014 nach beiden Normen zertifiziert.

Zur **weiteren Reduktion der CO₂-Emissionen an den eigenen Produktionsstandorten** setzen wir vor allem auf den Einsatz energieeffizienter Technologien, die Modernisierung und Erneuerung technischer Anlagen sowie eine Erhöhung des Anteils erneuerbarer Energien. So bezieht HUGO BOSS bereits seit dem Jahr 2020 in sämtlichen eigenen Werken seine Energie aus erneuerbaren Quellen. In diesem Zusammenhang haben wir im Jahr 2023 neue Photovoltaikanlagen an unseren Produktionsstandorten in Izmir (Türkei), Morrovalle (Italien), Coldrerio (Schweiz) und Radom (Polen) in Betrieb genommen und zudem weiter in LED-Beleuchtung investiert. Die im Rahmen des eigenen Umweltmanagements gewonnenen Erkenntnisse sollen uns helfen, gemeinsam mit unseren Lieferanten in den kommenden Jahren weitere Fortschritte bei der Reduzierung der Umwelt- und Klimaauswirkungen in der Lieferkette zu erzielen.

Leistungsindikatoren

Unsere **Scope-1- und marktbasierten Scope-2-Emissionen** lagen mit 30.063t weitgehend auf dem Niveau des Vorjahres (2022: 29.921t), jedoch 7 % unter dem Basisjahr (2019: 32.064t). Diese Entwicklung spiegelt vor allem einen Rückgang des konzernweiten Energieverbrauchs sowie eine Erhöhung des Anteils an Ökostrom im Vergleich zum Basisjahr wider. Die **Scope-3-Emissionen**, die im Geschäftsjahr 2023 nicht Teil der freiwilligen Prüfung mit begrenzter Sicherheit nach ISAE 3000 (Revised) waren, beliefen sich 2023 auf 1.056.845t, was einem Rückgang von 1 % gegenüber dem Vorjahr (2022: 1.063.612t) und einem Anstieg von 44 % gegenüber dem Basisjahr (2019: 731.576t) entspricht. Letzteres spiegelt vor allem die starke Geschäftsentwicklung von HUGO BOSS in den letzten Jahren wider, da der Großteil unserer CO₂-Emissionen bei der Gewinnung

und Produktion textiler Fasern sowie innerhalb energieintensiver Verarbeitungsprozesse entsteht. Die hier enthaltenen Scope-3-Kategorien sind untenstehender Tabelle zu entnehmen. Im Geschäftsjahr 2023 beliefen sich unsere nach dem Greenhouse Gas Protocol (GHG Protocol) berechneten **CO₂-Emissionen** somit auf insgesamt 1.086.908t, was einem Rückgang von 1% gegenüber dem Vorjahr (2022: 1.093.533t) und einem Anstieg von 42% gegenüber dem Basisjahr (2019: 763.640t) entspricht. Die in den Gesamtemissionen enthaltenen Scope-3-Emissionen sind nicht Teil der freiwilligen Prüfung mit begrenzter Sicherheit nach ISAE 3000 (Revised).

DIREKTE, INDIREKTE UND SONSTIGE TREIBHAUSGASEMISSIONEN (IN T CO₂e)¹

Scope 1 ²	2023	2022	Basisjahr: 2019 ³
Eigene Fahrzeuge	3.915	3.068	3.094
Direkter Energieverbrauch	7.523	8.033	9.029
Gesamt Scope 1	11.438	11.101	12.123
Scope 2 (marktbasiert) ⁴			
Indirekter Energieverbrauch	18.625	18.820	19.941
Gesamt Scope 2	18.625	18.820	19.941
Scope 3 ⁵			
3.1 Einkauf von Waren und Dienstleistungen	939.898	931.590	645.516
3.3 Brennstoff- und energiebezogene Emissionen	8.059	7.555	8.138
3.4 Transport und Distribution (vorgelagert)	67.878	86.698	38.868
3.5 Abfall	2.278	1.972	708
3.6 Geschäftsreisen	7.042	4.092	7.012
3.7 Pendeln der Arbeitnehmer	5.026	4.594	9.387
3.8 Angemietete oder geleaste Sachanlagen	3.167	3.821	5.809
3.12 Umgang mit verkauften Produkten an deren Lebenszyklusende	23.497	23.290	16.138
Gesamt Scope 3	1.056.845	1.063.612	731.576
Gesamtemissionen⁶	1.086.908	1.093.533	763.640

¹ Zur Berechnung der Treibhausgasemissionen wird das GHG Protocol angewandt. Aufgrund der Verbesserung der Datenqualität und entsprechender Anpassungen im Laufe des Jahres wurden die Vorjahreszahlen rückwirkend angepasst.

² Scope-1-Emissionen: Direkte Emissionen aus eigenen oder kontrollierten Quellen.

³ Daten für 2019 sind nicht Teil der freiwilligen Prüfung mit begrenzter Sicherheit nach ISAE 3000 (Revised).

⁴ Scope-2-Emissionen: Indirekte Emissionen aus erzeugter und eingekaufter Energie. Die Berechnung der Scope-2-Emissionen erfolgt nach dem marktbasierten Ansatz unter Verwendung spezifischer Emissionsfaktoren der Energielieferanten für zertifizierten Ökostrom. Für konventionellen Strom werden spezifische Länderemissionsfaktoren verwendet. Standortbasierte Scope-2-Emissionen lagen 2023 bei 38.758t (2022: 38.793t).

⁵ Scope-3-Emissionen sind nicht Teil der freiwilligen Prüfung mit begrenzter Sicherheit nach ISAE 3000 (Revised). Die Berechnung der Scope-3-Emissionen erfolgt sowohl auf Lieferantenbasis als auch anhand von Durchschnittsdaten. Für „Einkauf von Waren und Dienstleistungen“ werden die Emissionen wie folgt berechnet: Die Emissionen aus der Rohstoffproduktion (Tier-4- und Tier-3-Lieferanten) umfassen die Emissionen aus der Umwandlung von Rohstoffen in Garne. Die Emissionen der Herstellung (Tier-2- und Tier-1-Lieferanten) umfassen die Prozesse, bei denen Garne zu Stoffen und Fertigwaren verarbeitet werden. „Brennstoff- und energiebezogene Emissionen“ beziehen sich auf Emissionen aus der Produktion eingekaufter Brennstoffe und Energie, die nicht unter Scope 1 oder Scope 2 fallen. Emissionen für „Transport und Distribution (vorgelagert)“ werden anhand von Primärdaten pro Transportart zu unserem Lager und vom Lager zu unserem Einzelhandelsgeschäft bzw. unseren Geschäftspartnern ermittelt. „Abfall“ umfasst Emissionen für Abfälle, die bei HUGO BOSS anfallen und von Drittanbietern entsorgt werden. Die Emissionen aus „Geschäftsreisen“ werden aufgrund der vollständigen Nachverfolgung direkt aus Flugdaten abgeleitet, während die Emissionen aus dem „Pendeln der Arbeitnehmer“ anhand von Durchschnittsdaten und nationalen Statistiken geschätzt werden. Die Emissionen aus „Angemieteten oder geleasten Sachanlagen“ umfassen angemietete Einzelhandelsflächen. Die Emissionen aus dem „Umgang mit verkauften Produkten an deren Lebenszyklusende“ werden anhand der IMPACT 2022+ LCIA-Methode berechnet, da keine Primärdaten verfügbar sind.

⁶ Die in den Gesamtemissionen enthaltenen Scope-3-Emissionen sind nicht Teil der freiwilligen Prüfung mit begrenzter Sicherheit nach ISAE 3000 (Revised).

Circularity

Angesichts der umfassenden Umweltauswirkungen der globalen Textil- und Bekleidungsindustrie sieht sich HUGO BOSS in der Verantwortung, einen positiven Beitrag zur **Schonung der Ökosysteme sowie zum Erhalt wertvoller Ressourcen** zu leisten. In diesem Zusammenhang haben wir das Thema Circularity fest in unserer Nachhaltigkeitsstrategie verankert. Dabei rückt das grundsätzlich auf Langlebigkeit ausgerichtete Design unserer BOSS und HUGO Produkte noch stärker in den Mittelpunkt.

Das Thema Circularity wird bei HUGO BOSS aufgrund seiner strategischen Bedeutung übergeordnet durch den **Zentralbereich Group Strategy and Corporate Development** gesteuert, der unter anderem die zukünftige Ausrichtung und die Zielsetzungen festlegt und koordiniert. Die operative Verantwortung liegt vor allem bei den **Design-, Produkt- und Vertriebsverantwortlichen**, die entsprechende produktbezogene Maßnahmen definieren und umsetzen. Zudem treiben **themenspezifische Arbeitsgruppen** den Erfahrungsaustausch im Bereich Circularity gezielt voran. Der CFO/COO wird im Rahmen des Sustainability Committee regelmäßig über die Fortschritte zur Erreichung gesteckter Ziele im Bereich Circularity informiert. Zudem besteht ein direkter Berichtsweg des Zentralbereichs Group Strategy and Corporate Development zum CEO.

Ziele

HUGO BOSS arbeitet verstärkt daran, ein durchgängiges Kreislaufwirtschaftsmodell zu etablieren. In diesem Zusammenhang haben wir uns zum Ziel gesetzt, dass bis zum Jahr 2030 **80 % unserer Bekleidungsprodukte** kreislauffähig sind (gemessen am Produktionsvolumen, Anzahl der Bekleidungsprodukte).

Maßnahmen

Bereits in der Design- und Produktionsphase haben wir uns zum Ziel gesetzt, die **Nutzungsdauer unserer Produkte weiter zu verlängern, Materialkreisläufe zunehmend zu schließen** und den **Einsatz hochwertiger, recycelbarer Materialien** zu forcieren. Dabei spielt die Verwendung von erneuerbaren und recycelten Rohstoffen eine entscheidende Rolle. So arbeiten wir beispielsweise gezielt daran, den Anteil recycelter Fasern in unseren Produkten stetig zu erhöhen. Darüber hinaus soll die Langlebigkeit der Produkte nicht nur durch ein zeitloses Design, sondern auch durch den Einsatz besonders widerstandsfähiger Materialien und entsprechender Verarbeitungsschritte weiter verbessert werden. In diesem Zusammenhang ist HUGO BOSS 2022 eine Partnerschaft mit dem Schweizer Innovationsunternehmen **HeiQ AeonIQ** eingegangen. Gemeinsam entwickeln und produzieren wir ein Zellulose-Filamentgarn, das einen kreislauffähigen und damit nachhaltigeren Ersatz für Kunstfasern darstellen soll. 2023 brachte BOSS erfolgreich die zwei ersten auf dieser Technologie basierenden Poloshirts auf den Markt, wobei rund 90 % des Polyesteranteils des Produkts ersetzt werden. Im Gegensatz zu synthetischen Fasern wird beim Waschen von Produkten, die vollständig aus AeonIQ-Garn bestehen, kein umweltschädliches Mikroplastik erzeugt. Die Erkundung und Nutzung von Alternativen zu synthetischen Fasern trägt daher auch zu unserem starken Bekenntnis **„Mikroplastik bekämpfen“** bei, das fest in unserer Nachhaltigkeitsstrategie verankert ist. [> Nachhaltigkeit](#)

Bei der Entwicklung und Herstellung kreislauffähiger Produkte kommt dem Know-how unserer Mitarbeiter, vor allem in den Bereichen Design, Produktentwicklung und Beschaffung, eine besondere Bedeutung zu. Deshalb bilden **Schulungen** eine wichtige Maßnahme, um die Kenntnisse rund um kreislauffähige Materialien und Designs laufend zu erweitern und die Anwendung von Circular-Design-Prinzipien bei wesentlichen Arbeitsschritten sicherzustellen. Im Jahr 2023 führte HUGO BOSS ein virtuelles **Circularity-Training** ein, das

über die konzernweite Plattform „HUGO BOSS University“ zugänglich ist und Themen wie die Verwendung recycelter und erneuerbarer Materialien sowie zirkuläre Designentscheidungen im Hinblick auf die Wiederverwertbarkeit von Produkten beinhaltet. Diese Schulung ist für diejenigen Abteilungen verpflichtend, die sich mit dem Design und der Produktion unserer zirkulären Produkte beschäftigen. HUGO BOSS hat 2023 zudem seine interne **Circular Product Policy** aktualisiert und entsprechende Mitarbeiterschulungen zu den neuen Inhalten durchgeführt. Die Richtlinie wurde auf Grundlage bestehender und erweiterter Industriestandards erstellt und enthält wichtige Kriterien, um Kreislauffähigkeit bereits in der Design- und Entwicklungsphase sicherzustellen. Die wichtigsten Inhalte sind auf unserer Unternehmenswebsite veröffentlicht. > group.hugoboss.com

Neben der Entwicklung und Herstellung kreislauffähiger Produkte möchte HUGO BOSS auch verstärkt **zirkuläre Geschäftsmodelle** etablieren. In diesem Zusammenhang bieten wir bereits heute in ausgewählten eigenen Stores in Deutschland einen **Repair & Rewear Service** an, um die Nutzungsdauer bereits verkaufter Produkte entsprechend zu verlängern. Darüber hinaus betreiben wir in Frankreich die **Online-Resale-Plattform „Pre-Loved“**, auf der Kunden gebrauchte BOSS und HUGO Produkte zurückgeben und kaufen können. > [EU-Taxonomy](#)

Leistungsindikatoren

Während 2022 erstmals Teile unserer BOSS und HUGO Kollektionen direkt auf Basis der Circular Product Policy entwickelt und hergestellt wurden, lag der **Anteil an kreislauffähigen Bekleidungsprodukten** in den Kollektionen beider Marken im Jahr 2023 bei insgesamt 17 %. Unser Ziel ist es, diesen Anteil in den kommenden Jahren spürbar zu erhöhen.

Arbeitnehmerbelange

Arbeitgeberattraktivität

Die Erreichung unserer strategischen und finanziellen Ziele ist in hohem Maße von unseren Mitarbeitern, ihren Fähigkeiten und ihrer Einsatzbereitschaft abhängig. Steigende Komplexität und ein schnelllebiges Wettbewerbsumfeld führen zu einem zunehmenden Bedarf an Fach- und Führungskräften. Für HUGO BOSS ist es deshalb von zentraler Bedeutung, seine Position im internationalen Wettbewerb um die qualifiziertesten Mitarbeiter weiter zu stärken. Zur Steigerung der Arbeitgeberattraktivität setzen wir neben einer fairen und wertebasierten Unternehmenskultur vor allem auf die Förderung der **Vielfalt, Gleichstellung und Inklusion (Diversity, Equity, and Inclusion, DE&I)** in der Organisation, **individuelle Entwicklungsmöglichkeiten** sowie umfangreiche Angebote für eine bessere **Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben**.

Verantwortlich für die Personalstrategie und das konzernweite Personalmanagement ist der Zentralbereich **Global Human Resources (HR)**. Dieser ist direkt dem Vorstandsvorsitzenden (CEO) unterstellt und steht in einem engen Austausch mit den Führungskräften der Zentralbereiche sowie den Personalabteilungen und Führungskräften der Konzerngesellschaften. Der Vorstand wird über die Fortschritte der Personalarbeit regelmäßig informiert und ist zudem bei allen wesentlichen Entscheidungen involviert.

Ziele

Die weitere **Steigerung der Arbeitgeberattraktivität** ist ein wesentliches Ziel der Personalarbeit von HUGO BOSS. So soll die Position unseres Unternehmens im internationalen Wettbewerb um hoch qualifizierte Mitarbeiter weiter gestärkt und die Motivation, Einsatzbereitschaft sowie Bindung unserer rund 19.000 Mitarbeiter an das Unternehmen nachhaltig erhöht werden.

Maßnahmen

Für HUGO BOSS zählen neben der Förderung der Vielfalt in der Belegschaft auch die systematische Fort- und Weiterbildung seiner Mitarbeiter sowie die Förderung der Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben zu den strategischen Prioritäten innerhalb des Personalmanagements. > **Mitarbeiter und Teams**

Als international agierendes Unternehmen sind Vielfalt, Gleichstellung und Inklusion (DE&I) ein elementarer Bestandteil unserer Unternehmenskultur. Allen Mitarbeitern soll ein diskriminierungsfreies Arbeitsumfeld mit Chancengleichheit und einer inklusiven Arbeitskultur garantiert werden. Das Themenfeld DE&I ist organisatorisch in der Abteilung Global Employee Experience als Teil von Global Human Resources verankert. Das **globale DE&I-Team** widmet sich der internen und externen Sensibilisierung zu DE&I-Themen. Zentral initiierte Maßnahmen werden von einer **Diversity Task Force** vorangetrieben. Eine **Richtlinie und eine Selbstverpflichtung gegen Diskriminierung und Belästigung** sollen unseren konzernweiten Anspruch auf ein diskriminierungs- und belästigungsfreies Arbeitsumfeld unterstreichen. Um DE&I unternehmensweit zu fördern und in der Unternehmenskultur zu verankern, hat HUGO BOSS 2023 eine umfassende DE&I-Ambition definiert. Im Rahmen der Umsetzung der DE&I-Ambition hat HUGO BOSS die **MIX-&-MATCH**-Initiative ins Leben gerufen, die zahlreiche interne und externe Maßnahmen bündelt, um eine Kultur zu fördern, in der Unterschiede geschätzt und Inklusivität gefördert werden.

HUGO BOSS bietet seinen Mitarbeitern eine Vielzahl individueller Entwicklungsmöglichkeiten. Mittels strukturierter Personalentwicklungsprogramme für Fach- und Führungskräfte sollen Mitarbeiter entsprechend ihren Kompetenzen gefördert, ihr Wissen erweitert und ihre Fähigkeiten, etwa im Hinblick auf eine Führungskarriere, gestärkt werden. Neben den bestehenden **Employee Development (EDP)**, **Leadership Development (LDP)** Programmen und dem **High Potential Program (HIPOSS)** haben wir im Jahr 2023 die **Experienced Leaders Collection (ELC)** eingeführt. Die ELC bietet erfahrenen Führungskräften eine umfassende Lern- und Trainingsauswahl und soll das gemeinsame Führungsverständnis bei HUGO BOSS weiter vorantreiben. Unseren Mitarbeitern steht darüber hinaus eine breite Auswahl an physischen und angeleiteten Online-Präsenztrainings sowie E-Learnings zu sozialen, fachlichen und Führungskompetenzen über die konzernweiten Plattformen „**HUGO BOSS University**“ und „**HUGO BOSS eLIBRARY**“ zur Verfügung. An unseren eigenen Produktions- und Logistikstandorten bilden zudem Präsenzs Schulungen und Arbeitsplatzeinweisungen feste Bestandteile bei der Einführung gewerblicher Mitarbeiter.

Zur prozess- und systemseitigen Unterstützung bei der Schaffung individueller Entwicklungsmöglichkeiten dient der jährliche „**Performance & Development Dialog**“ (PDD). Ein Onlinetool erfasst dabei die Daten rund um die Leistungsbeurteilung, Potenzialeinschätzung und Entwicklungsplanung unserer Mitarbeiter und soll, auch durch die Darstellung von mehrdimensionalem Feedback, eine größtmögliche Objektivität gewährleisten. Ziel des PDD ist es, eine höhere Transparenz vor allem hinsichtlich möglicher **abteilungs- und länderübergreifender Entwicklungspfade** innerhalb des Konzerns zu schaffen, um Mitarbeiter optimal einzusetzen und

Talente möglichst langfristig an das Unternehmen zu binden. Neben der Vorbereitung und Durchführung der jährlichen Leistungsbeurteilung unterstützt das Tool auch die Durchführung von Halbjahresbeurteilungen und das Einholen von strukturiertem Feedback von Vorgesetzten und Kollegen.

Zur Steigerung der Arbeitgeberattraktivität unterstützen wir unsere Mitarbeiter zudem bei der Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben. So soll eine **Vielzahl flexibler Arbeitsmodelle** wie individuelle Teilzeitregelungen, Vertrauensarbeitszeit oder Home-Office-Konzepte die Motivation und Einsatzbereitschaft unserer Mitarbeiter weiter erhöhen. Arbeitsmodelle wie etwa Jobsharing und Co-Leadership runden das Angebot ab. Der Großteil unserer Belegschaft profitiert bereits von flexiblen Arbeitszeiten und möglichen Teilzeitregelungen. So ist es etwa auch Mitarbeitern in unserer eigenen Produktion in Izmir (Türkei) möglich, gesammelte Überstunden abzubauen oder anderweitige Teilzeitregelungen in Anspruch zu nehmen. Das **Mobile-Work-Konzept** steht nahezu sämtlichen Verwaltungsmitarbeitern von HUGO BOSS zur Verfügung. Insbesondere bieten wir Verwaltungsmitarbeitern in Deutschland das **hybride Arbeitskonzept „Threedom of Work“** an, das drei Präsenztage an unserem Firmensitz in Metzingen vorsieht, während die Mitarbeiter an den beiden anderen Tagen ihren Arbeitsort frei wählen können. Auch an ausgewählten internationalen Standorten wurden bereits ähnliche Modelle etabliert.

Wir bei HUGO BOSS engagieren uns darüber hinaus im Rahmen der deutschlandweiten Kooperation **„Erfolgsfaktor Familie“** für eine Stärkung der Familienfreundlichkeit. Wir unterbreiten unseren Mitarbeitern bereits heute eine große Auswahl an familienfreundlichen Angeboten. So stehen etwa jungen Familien am Standort Metzingen Plätze in der örtlichen Kindertagesstätte sowie Angebote zur **Ferienbetreuung** zur Verfügung. Zudem haben wir an unserem Firmensitz in Metzingen Anfang 2023 unsere eigene **Kindertagesstätte** eröffnet, die Platz für rund 50 Kleinkinder bietet. Mitarbeiter in den USA und Kanada haben kostenlosen Zugang zu einem **Employee Assistance Program (EAP)**, das unter anderem unabhängige Beratung zu den Themen Kinderbetreuung und Pflege von Angehörigen bietet. Darüber hinaus steht es den meisten unserer Mitarbeiter in den USA frei, mittels **flexibler Ausgabenkonten** (Flexible Spending Accounts, FSA) einen Teil des persönlichen Bruttoeinkommens für externe Betreuungs- oder Pflegeleistungen zu verwenden.

Die Arbeitgeberattraktivität von HUGO BOSS wurde auch im Jahr 2023 mehrfach ausgezeichnet. In der Studie **„Working in Fashion 2023“** der deutschen Branchenzeitschrift TextilWirtschaft konnte HUGO BOSS erneut einen starken dritten Platz belegen. Dabei erzielten wir den ersten Platz in der Kategorie „Zukunftspotenzial des Unternehmens“ sowie den zweiten Platz in den Kategorien „Gehaltsniveau“, „Aufstiegs- und Weiterbildungsmöglichkeiten“ und „Attraktive Produkte“. Darüber hinaus konnte HUGO BOSS seine starke Position im Mittelfeld der **Top 50 Diversity Leaders** in 2023 weiter halten – ein unabhängiges europaweites Ranking von Statista und der Financial Times. Bei der globalen Studie **„World’s Best Employers 2023“** von Forbes und Statista konnte sich HUGO BOSS im Jahr 2023 deutlich verbessern und schaffte es erstmals unter die Top 200 weltweit.

Leistungsindikatoren

Wir ermitteln die Zufriedenheit und die Bedürfnisse unserer Mitarbeiter im Rahmen einer in Kooperation mit Great Place to Work Deutschland jährlich durchgeführten Mitarbeiterbefragung. Die gewonnenen Erkenntnisse liefern uns wichtige Impulse für die Weiterentwicklung unserer Personalarbeit und der Unternehmenskultur. Zudem stellen die Ergebnisse der jährlichen Mitarbeiterbefragung in Form des sogenannten Trust-Index eine wichtige Komponente innerhalb des Long-Term-Incentive-Programms (LTI) als Teil der Vorstandsvergütung dar. Bei einer konzernweiten Beteiligungsquote von 77 % lag die **Gesamtzufriedenheit** im Jahr 2023 bei 77 %

(2022: Beteiligungsquote von 70 %; Gesamtzufriedenheit von 78 %). Auch zukünftig möchten wir ein Niveau von mindestens 75 % Gesamtzufriedenheit halten. In der HUGO BOSS AG erhöhte sich die Gesamtzufriedenheit auf 87 % (2022: 86 %), wobei Mitarbeiter insbesondere die gerechte und offene Unternehmenskultur lobten und zudem angaben, stolz darauf zu sein, bei HUGO BOSS zu arbeiten. > [Vergütungsbericht](#)

Sozialbelange

Markenstärke

Die **Stärke unserer Marken – BOSS und HUGO** – ist für uns eine zentrale Voraussetzung für den langfristigen Unternehmenserfolg. Insbesondere in Zeiten hoher Wettbewerbsdichte und stetig steigender Kundenanforderungen gewinnt die weitere Stärkung unserer Marken maßgeblich an Bedeutung. Im Rahmen unserer Wachstumsstrategie „CLAIM 5“ wollen wir die Markenstärke auch in den kommenden Jahren nachhaltig steigern, um die Wahrnehmung und Relevanz von BOSS und HUGO vor allem bei jüngeren Zielgruppen weiter zu erhöhen. Die Markenstärke soll dabei vor allem durch die Umsetzung strategischer Initiativen zur Steigerung von Markenbegehrlichkeit, Markenwahrnehmung und Markenwert profitieren. > [Konzernstrategie](#)

Die systematische Messung und Auswertung der Markenstärke erfolgt bei HUGO BOSS durch den Zentralbereich **Group Strategy and Corporate Development**. Der Vorstand wird regelmäßig über die erzielten Fortschritte und Ergebnisse der Arbeit informiert.

Ziele

Die Stärkung der Marken ist fest in unserer „CLAIM 5“-Strategie verankert. Wir verfolgen die Ambition, **eine der 100 weltweit führenden Marken** zu sein (basierend auf dem Best Global Brands Ranking von Interbrand), und haben uns daher zum Ziel gesetzt, die Stärke unserer beiden Marken, BOSS und HUGO, in den kommenden Jahren deutlich zu erhöhen.

Maßnahmen

Im Rahmen von „**CLAIM 5**“ richten wir sämtliche strategischen Initiativen eng an unseren Kunden und deren Bedürfnissen aus. Nach der in 2022 erfolgten umfassenden Erneuerung des weltweiten **Markenauftritts** von BOSS und HUGO wollen wir im Einklang mit unserem strategischen Claim „Boost Brands“ auch weiterhin auf der hohen Markendynamik aufbauen. Im Geschäftsjahr 2023 haben zahlreiche **Marketingaktivitäten** – allen voran die sehr erfolgreichen 360°-Markenkampagnen von BOSS und HUGO mit einer erneut vielfältigen Starbesetzung – die Aufmerksamkeit und Interaktion in den sozialen Medien und darüber hinaus deutlich gesteigert. Außergewöhnliche Events haben die Markenrelevanz im Jahr 2023 weltweit zusätzlich gestärkt. Darüber hinaus haben wir im Rahmen unseres strategischen Claims „Product is Key“ die Stärkung des **24/7-Lifestyle-Images** beider Marken weiter vorangetrieben, um sicherzustellen, dass unsere Kunden zu jeder Gelegenheit perfekt gekleidet sind. In diesem Zusammenhang wollen wir auch in Zukunft das Potenzial der Markenlinien BOSS Black, BOSS Orange, BOSS Green und der exklusiven Linie BOSS Camel für die Menswear-Kollektion voll ausschöpfen. Aufbauend auf diesen Erfolgen haben wir im Jahr 2023 die Linien Orange und Camel zudem bei BOSS Womenswear eingeführt und gleichzeitig unser Angebot im Bereich Denimwear mit dem für Anfang 2024 geplanten Launch von HUGO BLUE gestärkt. Darüber hinaus soll ein **nahtloses Markenerlebnis** über sämtliche Kundenkontaktpunkte hinweg zur Stärkung der Marken beitragen.

So haben wir im Jahr 2023 im Einklang mit unserem Claim „Drive Omnichannel“ deutliche Fortschritte bei der weiteren Verknüpfung unserer digitalen und stationären Kundenkontaktpunkte erzielt und diese zu echten Erlebnisorten gemacht. In diesem Zusammenhang haben wir die Einführung der aktuellen **BOSS und HUGO Storekonzepte** weiter vorangetrieben. Diese zielen auf eine spürbare Verbesserung des Einkaufserlebnisses ab und sind mittlerweile in mehr als 140 freistehenden Stores weltweit implementiert. Darüber hinaus spielten die weitere Verbesserung des **E-Commerce-Erlebnisses** auf hugoboss.com sowie der erfolgreiche Relaunch unserer hugoboss.com-App Anfang 2023 eine wichtige Rolle bei der weiteren Optimierung des Omnichannel-Erlebnisses und damit auch bei der Stärkung unserer Marken. > [Konzernstrategie](#)

Die **Messung der Markenstärke** erfolgt bei HUGO BOSS im Rahmen einer systematischen Auswertung, bei der sowohl kurz- und mittelfristige Trends zu Markenbegehrlichkeit und Markenwahrnehmung als auch die langfristige Entwicklung des Markenwerts erfasst und analysiert werden. Zur Bewertung von **Markenbegehrlichkeit** und **Markenwahrnehmung** erfassen wir kontinuierlich Umfang und Tonalität der Interaktionen von BOSS und HUGO in den sozialen Medien und bei gängigen Suchmaschinen. Darüber hinaus führen wir regelmäßig entsprechende Befragungen unter relevanten Zielgruppen durch. Bei der Evaluierung der Entwicklung des **Markenwerts** geht es vor allem um die Performanceanalyse von BOSS und HUGO im globalen Wettbewerb, wobei neben der Relevanz der Marke für den Kunden auch Elemente wie etwa der finanzielle Ausblick berücksichtigt werden. Bei der Realisierung unserer Ambition, eine der 100 weltweit führenden Marken zu sein, arbeiten wir eng mit der globalen Markenberatungsagentur Interbrand zusammen und fokussieren uns dabei auf die Entwicklung des Best Global Brands Ranking.

Neben den Instrumenten zur Messung der Markenstärke bildet das unternehmensinterne **Kundenerfahrungsmanagement (Customer Experience Management, CEM)** ein weiteres wichtiges Element bei der Ermittlung und Verbesserung der Kundenzufriedenheit. Hierbei erfolgt eine fortlaufende Erfassung von direktem Kundenfeedback zum Einkaufserlebnis und zu den Produkten von BOSS und HUGO. Das Feedback wird kontinuierlich aggregiert, ausgewertet und den relevanten Entscheidungsträgern des Unternehmens tagesaktuell zur Verfügung gestellt.

Leistungsindikatoren

Bei der Auswertung der mittels des CEM gewonnenen Daten bildet der **NPS (Net Promoter Score)** eine wichtige Kennzahl. Dieser misst die Wahrscheinlichkeit, mit der ein Kunde eine Weiterempfehlung für unsere Marken BOSS und HUGO aussprechen wird, und liefert folglich wichtige Erkenntnisse in Bezug auf die Markenwahrnehmung. Im Jahr 2023 konnte HUGO BOSS eine weitere robuste Verbesserung des NPS erzielen, der im Vergleich zum Vorjahr um vier Prozentpunkte auf ein Niveau von 66 % anstieg (2022: 62 %).

Zudem machte HUGO BOSS im Jahr 2023 auch bei der **Positionierung im jährlichen Interbrand-Ranking** weitere wichtige Fortschritte und erzielte eine deutliche Steigerung des gemeinsamen Markenwerts von BOSS und HUGO. Dies unterstreicht den anhaltenden Erfolg unserer zahlreichen strategischen Initiativen zur Erhöhung der Markenstärke, insbesondere in Bezug auf den Markenwert.

Datenschutz

Datenschutz hat zum Ziel, das **Recht auf informationelle Selbstbestimmung des Einzelnen** zu gewährleisten. Aufgrund des starken Fokus auf die weitere Digitalisierung des Geschäftsmodells gewinnt Datenschutz auch für HUGO BOSS stetig an Bedeutung. Für den zukünftigen Erfolg von HUGO BOSS haben vor allem Kundendaten, insbesondere aus dem eigenen Onlinegeschäft und dem Kundenbindungsprogramm, eine hohe Relevanz. Ebenso wichtig ist für HUGO BOSS der ordnungsgemäße Umgang mit den Daten seiner Mitarbeiter, Geschäftspartner und Aktionäre. Verstöße gegen den Datenschutz stellen ein erhöhtes Compliance-Risiko dar. Diesem Risiko will der Konzern mit einer datenschutzkonformen Aufstellung und angemessenen technischen und organisatorischen Maßnahmen begegnen. > **Risikobericht, Organisatorische Risiken**

Die Zuständigkeit für die Überwachung der Einhaltung des Datenschutzes liegt beim zentralen **Datenschutzbeauftragten**. Auch in den internationalen Konzerngesellschaften hat HUGO BOSS entsprechende Verantwortliche definiert. So soll eine zentrale **operative Datenschutzseinheit** zusammen mit Datenschutzkoordinatoren wesentlicher Zentralbereiche sowie in engem Austausch mit dem Datenschutzbeauftragten die rechtskonforme Verarbeitung personenbezogener Daten sicherstellen. **Arbeitsschwerpunkte** sind die fortwährende Begleitung der Fachbereiche in Datenschutzfragen, die Risikofrüherkennung, Schwachstellenbehebung und Sensibilisierung der Mitarbeiter. Etwaige Verstöße müssen dem Datenschutzbeauftragten gemeldet werden. Der Vorstand wird anlassbezogen sowie zukünftig mittels jährlicher Datenschutzberichte zu den Fortschritten der Arbeit informiert.

Ziele

HUGO BOSS hat den Anspruch, **Verstöße** gegen geltendes Datenschutzrecht möglichst vollständig auszuschließen.

Maßnahmen

Mittels allgemeiner und tätigkeitsbezogener **Schulungen** sowie der regelmäßigen Dokumentation digitaler Vertraulichkeitsverpflichtungen werden unsere Mitarbeiter für datenschutzrechtliche Fragen sensibilisiert. So ist es für sämtliche Mitarbeiter in der EU, die mit personenbezogenen Daten umgehen, verpflichtend, das **umfassende E-Learning-Programm zum Datenschutz** zu absolvieren. Dieses soll das Bewusstsein für den Umgang mit personenbezogenen Daten, insbesondere vor dem Hintergrund der Bestimmungen der EU-Datenschutz-Grundverordnung, kontinuierlich stärken. Seit 2023 ist dieses Training in einem Zweijahres- statt in einem Dreijahreszyklus zu absolvieren. Zudem verfügt unser Unternehmen über eine interne **Datenschutzleitlinie** sowie weitere Datenschutzrichtlinien, insbesondere zur Gewährleistung der umfassenden Betroffenenrechte. Die Richtlinien werden regelmäßig auf Aktualität in Bezug auf geltende Datenschutzbestimmungen überprüft und dabei stetig weiterentwickelt. Darüber hinaus hat HUGO BOSS im Jahr 2023 zusätzliche **Software** implementiert, um das dynamische Umfeld internationaler rechtlicher Anforderungen an Datenschutz und Cybersicherheit kontinuierlich zu überwachen und das Risiko der Nichteinhaltung von Datenschutzbestimmungen weiter zu minimieren.

Sämtliche internen **Prozesse und Systeme** zur Verarbeitung personenbezogener Daten werden fortlaufend an datenschutzrechtlichen Vorgaben gemessen und weiterentwickelt. Die Verbesserungen zielen darauf ab, Datenmissbrauch und -diebstahl zu verhindern. So bestehen insbesondere für die Internetauftritte und mobilen Apps von HUGO BOSS ausführliche Datenschutzbestimmungen. Bei Bekanntwerden von Gesetzesverstößen haben wir **Notfallkonzepte** zur Einleitung von Gegenmaßnahmen implementiert.

Leistungsindikatoren

Wie schon im Vorjahr wurden dem Unternehmen auch im Jahr 2023 **keine Verstöße** im Sinne von behördlich oder gerichtlich festgestellten Datenschutzverletzungen bekannt.

Achtung der Menschenrechte

Unter dem Aspekt „Achtung der Menschenrechte“ fasst HUGO BOSS zwei wesentliche Sachverhalte in Bezug auf die sozialen Auswirkungen in der Lieferkette (inklusive eigener Produktion) zusammen: **Menschenrechte und Arbeitsstandards** sowie **Sicherheit am Arbeitsplatz**. Über beide Themen wird im Folgenden gesamtheitlich berichtet, da sie beide Teil unseres Supply-Chain-Sustainability-Programms und daher eng miteinander verknüpft sind.

Die Achtung der Menschenrechte und die Einhaltung geltender Arbeitsstandards in der globalen Lieferkette stellen **integrale Bestandteile unserer Unternehmenskultur** dar. Ein wesentlicher Teil unseres Beschaffungsvolumens entfällt auf Fertigwaren, die von unabhängigen Lieferanten in wirtschaftlich weniger entwickelten Regionen produziert werden. HUGO BOSS ist sich der **Mitverantwortung** für die Beschäftigten in seiner Lieferkette bewusst. Eine Erklärung des Vorstands zur Achtung und Wahrung der Menschenrechte ist auf unserer Unternehmenswebsite einsehbar. > group.hugoboss.com

Das Thema Achtung der Menschenrechte wird gemeinsam von den Abteilungen **Compliance & Human Rights, Sustainable Supply Chain Management** und dem zentralen **Personalbereich** verantwortet und in engem Austausch mit den operativen Beschaffungseinheiten gesteuert. Die Ergebnisse der Arbeit werden regelmäßig an den Vorstand berichtet. Zudem ist das Thema Menschenrechte mit klar definierten Prozessen und Verantwortlichkeiten im **Risikomanagement** unseres Unternehmens integriert. Die Verantwortung für den Themenschwerpunkt Arbeitssicherheit in der eigenen Produktion ist dezentral organisiert. Die zuständigen Mitarbeiter an den jeweiligen Standorten berichten regelmäßig sowie anlassbezogen an das **Management der jeweiligen Konzerngesellschaften**, das in einem engen Austausch mit dem Vorstand steht.

Bei Hinweisen auf Verstöße gegen Menschenrechte oder Arbeitsstandards können sich unsere eigenen Mitarbeiter wie auch die Beschäftigten auf Lieferantenseite über einen definierten Beschwerdemechanismus direkt an die verantwortlichen Ansprechpartner von HUGO BOSS oder an eine externe, weisungsfreie **Ombudsperson** wenden. Zusätzlich bietet der HUGO BOSS **„Speak Up Channel“** den eigenen Mitarbeitern wie auch den Beschäftigten entlang der Lieferkette die Möglichkeit, vertraulich und anonym auf Fehlverhalten und Straftaten hinzuweisen. Im Falle von Verstößen erfolgen Aufklärung, Ahndung und Maßnahmenenergreifung federführend durch die zentrale Compliance & Human Rights Abteilung. Im Rahmen des Compliance-Reportings berichtet diese regelmäßig an den Vorstand und den Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats.

Ziele

Ziel von HUGO BOSS ist die Einhaltung gesetzlicher und unternehmenseigener Regelungen zu **Menschenrechten und Arbeitsstandards** sowohl in der eigenen Produktion als auch aufseiten der Zulieferer. Dabei soll die **Sicherheit am Arbeitsplatz** entlang der gesamten Wertschöpfungskette jederzeit gewährt sein.

Maßnahmen

Wir legen großen Wert auf eine **sorgfältige Auswahl unserer Partner**, eine vertrauensvolle Zusammenarbeit und den Aufbau sowie Erhalt langfristiger strategischer Beziehungen. Dabei nehmen die Schaffung eines gemeinsamen Verständnisses sowie die Hilfestellung bei der Weiterentwicklung von Kompetenzen zur Bewältigung sozialer Herausforderungen in der Lieferkette eine wichtige Rolle ein. Wir verpflichten unsere Lieferanten zur Einhaltung unseres **Lieferantenverhaltenskodex**, der das Rahmenwerk für die Einhaltung und Verbesserung der Menschenrechte und Sozialstandards in der Lieferkette darstellt und ein fester Bestandteil der vertraglichen Vereinbarungen ist. Im Rahmen des Kodex fordert HUGO BOSS die Einhaltung der Menschenrechte auch entlang der gesamten Lieferkette ein. Unsere Lieferanten sind folglich verpflichtet, die entsprechenden Vorgaben ihrerseits an ihre Vorlieferanten und Partner weiterzugeben und deren Einhaltung in geeigneter Weise zu überprüfen. In Ländern, in denen die nationalen gesetzlichen Vorgaben nur unzureichend ausgeprägt sind, setzt der Kodex einen Mindeststandard. Er basiert auf international anerkannten Standards, wie den Kernkonventionen der International Labour Organization (ILO), und beinhaltet unter anderem Regeln zur Einhaltung von nationalen Gesetzen, Arbeitszeitbeschränkungen, menschenwürdigen und sicheren Arbeitsbedingungen, zum Verbot von Kinder-, Zwangsarbeit und Diskriminierung sowie zur Zahlung angemessener Löhne. Der Kodex wurde in 2023 aktualisiert, wobei die Neufassung Anfang 2024 ausgerollt werden soll. Der Kodex ist aktuell in 30 Sprachen auf unserer Unternehmenswebsite einsehbar. Für unsere eigenen Mitarbeiter gilt entsprechend der **HUGO BOSS Verhaltenskodex**. Zusätzlich dazu ist die Einhaltung der öffentlich einsehbaren **HUGO BOSS Human Rights Policy** sowohl für alle eigenen Mitarbeiter als auch für Partner verpflichtend. Sie berücksichtigt die wichtigsten Arbeitsnormen, darunter die Allgemeine Erklärung der Menschenrechte der Vereinten Nationen (UDHR), die UN-Leitprinzipien, die Kernarbeitsnormen der International Labour Organization (ILO) sowie die zehn Prinzipien des UN Global Compact. Darüber hinaus unterstreichen unsere **Selbstverpflichtung gegen Diskriminierung und Belästigung** und die **Anti-Diskriminierungs-und-Belästigungs-Richtlinie** unser Bestreben zur Förderung eines inklusiven, respektvollen und ethisch einwandfreien Verhaltens und somit die Achtung der Menschenrechte.

Seit 2023 verpflichtet das **Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG)** Unternehmen dazu, menschenrechtliche und ökologische Sorgfaltspflichten in ihren Lieferketten wahrzunehmen und entsprechende Berichtspflichten in einem separaten Bericht zu erfüllen. Auch für HUGO BOSS bedeutet dies, die entsprechenden Sorgfaltspflichten sowohl für unsere eigene Geschäftstätigkeit als auch für die Aktivitäten unserer Vertragspartner und sonstiger indirekter Lieferanten zu erfüllen. Um die Überwachung und Wahrung menschenrechtlicher und umweltbezogener Sorgfaltspflichten in der Lieferkette sowie die Einhaltung des LkSG sicherzustellen, hat HUGO BOSS bereits in 2022 wichtige Maßnahmen eingeleitet und diese im Geschäftsjahr 2023 weiter vorangetrieben. So führte das Unternehmen unter anderem eine eingehende **menschenrechtliche Risikoanalyse** durch, in deren Rahmen sowohl unsere eigene Geschäftstätigkeit als auch sämtliche direkten Lieferanten entsprechend bewertet wurden, wobei auch eine große Anzahl indirekter Lieferanten einbezogen wurde. Dafür wurde die bestehende Selbstauskunft zur Überprüfung der von HUGO BOSS vorgegebenen Sozialstandards für Lieferanten aktualisiert und um Inhalte in Bezug auf das LkSG ergänzt. Mittels dieser Selbstauskünfte sollen mögliche Risiken in den eigenen Geschäftsbereichen und auf Lieferantenseite identifiziert und priorisiert werden. Auf Grundlage dieser Risikoanalyse wird HUGO BOSS zukünftig weitere **Präventions- und Abhilfemaßnahmen** ableiten und entsprechend umsetzen. Dabei wird der risikobasierte Fokus auf Lieferanten gelegt, die gemäß den Selbstauskünften ein hohes oder sehr hohes Menschenrechtsrisiko aufweisen. Die Ergebnisse der Risikoanalyse sind aufgrund der Aktualisierung der Selbstauskünfte auf Basis der LkSG-Anforderungen nur bedingt mit denen der Vorjahre vergleichbar.

Zur Weiterentwicklung von Branchenstandards arbeiten wir in **enger Kooperation** mit anderen Unternehmen und Organisationen. So engagieren wir uns etwa im Rahmen der **Initiative „Existenzsichernde Löhne“** des Bündnisses für nachhaltige Textilien. Zu den grundlegenden Prinzipien einer fairen Vergütung zählen für uns unter anderem die geregelte Zahlung von Löhnen, die leistungsgemäße Vergütung von tatsächlich erbrachter Arbeitszeit, das Recht auf Tarifverhandlungen sowie die Vermeidung von Vergütungsungleichheit. Darüber hinaus ist HUGO BOSS seit 2021 Mitglied des **„International Accord for Health and Safety in the Textile and Garment Industry“**, der Nachfolgeorganisation des Bangladesh Accord, in dem unser Unternehmen bereits seit 2016 Mitglied war. Der International Accord stellt eine unabhängige, rechtsverbindliche Vereinbarung zwischen Unternehmen und Gewerkschaften dar, die sich gemeinsam für höhere Sicherheits- und Gesundheitsstandards, die Unterstützung von Arbeitnehmerrechten sowie eine erhöhte Transparenz in der weltweiten Bekleidungsindustrie einsetzen.

Als verantwortungsvoller Arbeitgeber messen wir zudem der betrieblichen Sicherheit unserer Mitarbeiter sehr hohe Bedeutung bei. Dies drückt sich insbesondere in hohen Standards hinsichtlich der Arbeitssicherheit an unseren eigenen Produktionsstandorten aus. So sollen etwa im Rahmen sogenannter **Health-&Safety-Begehungen und -Gefährdungsbeurteilungen** potenzielle Gefährdungen rechtzeitig erkannt und bewertet sowie angemessene Lösungsansätze entwickelt werden. Darüber hinaus sind **Präsenzschulungen** und **Arbeitsplatzeinweisungen** fester Bestandteil bei der Einführung gewerblicher Mitarbeiter an unseren eigenen Produktionsstandorten. Mit dem auf unserer Unternehmenswebsite öffentlich zugänglichen **Health & Safety Commitment** unterstreichen wir den Stellenwert des Themas für unser Unternehmen. > group.hugoboss.com

Im Rahmen von **Audits** überprüft HUGO BOSS regelmäßig die Einhaltung der im Lieferantenverhaltenskodex festgelegten Sozialstandards sowie der Regelungen zur Arbeitssicherheit. In diesem Zusammenhang wurde 2023 erstmals auf die neue Risikoanalyse gemäß LkSG Bezug genommen. Auf Grundlage der neuen Anforderungen des LkSG hat HUGO BOSS neue Kriterien für die Lieferantenauswahl definiert, die insbesondere auf einen risikobasierten Ansatz bei der Durchführung von Audits setzen. Um alle Arten von Nachhaltigkeitsrisiken, die von den Lieferanten ausgehen, systematisch anzugehen, hat HUGO BOSS ein **Supply-Chain-Sustainability-(SCS)-Programm** implementiert. Das SCS-Programm besteht aus den drei Modulen Umweltstandards, Sozialstandards und Governance, die allesamt im Einklang mit unserem Lieferantenverhaltenskodex stehen. HUGO BOSS verwendet das **Modul „Social-Compliance-Management“** um zu überprüfen, inwieweit die in seinem Lieferantenkodex festgelegten Standards, die gleichermaßen für alle Lieferanten gelten, eingehalten werden. Im Rahmen dieses Moduls führt das Unternehmen regelmäßig soziale Audits durch, holt Selbstauskünfte der Lieferanten zur Überprüfung ein oder akzeptiert ausgewählte externe Social-Compliance-Standards wie zum Beispiel von der Fair Labor Association (FLA). Der Großteil der Sozialaudits wird bei Fertigwarenlieferanten durchgeführt. Bei der Durchführung von Audits in der Lieferkette greift das Unternehmen auch auf externe Auditoren zurück. Für den Fall, dass Verstöße gegen die Sozialstandards festgestellt werden, erarbeitet das Unternehmen gemeinsam mit dem jeweiligen Lieferanten **Maßnahmenpläne**, deren Umsetzung in Folgeaudits überprüft wird. Kann bei Verstößen im Verlauf der Maßnahmenumsetzung keine ausreichende Verbesserung vorgewiesen werden, leitet HUGO BOSS nach mehrmaliger Überprüfung in letzter Konsequenz die Beendigung der Lieferantenbeziehung ein. Um Verstöße gegen die Sozialstandards zu verhindern, messen wir der Weiterentwicklung des Social-Compliance-Managements unserer Lieferanten hohe Priorität bei. So führen wir **Social-Compliance-Trainings** bei unseren Fertigwarenlieferanten durch und unterstützen sie bei der Umsetzung der Sozialstandards. Diese Trainings sind für jeden Lieferanten, der eine Geschäftsbeziehung mit HUGO BOSS eingeht, verpflichtend.

Auch unsere eigenen Mitarbeiter sollen mittels regelmäßiger **Schulungen** zu Social-Compliance-Themen weiter sensibilisiert werden. Beide Trainingsmaßnahmen werden überwiegend online durchgeführt, während physische Trainings und Schulungen in der Regel lediglich anlassbezogen abgehalten werden.

Leistungsindikatoren

Die Eigenfertigung erfolgte 2023 unverändert zum Vorjahr an fünf Produktionsstandorten in fünf europäischen Ländern. Daneben stand HUGO BOSS im Jahr 2023 in einem aktiven Geschäftsverhältnis mit 267 externen Fertigwarenproduktionsstätten in 35 Ländern (2022: 233 Produktionsstätten in 29 Ländern). Der Anstieg gegenüber dem Vorjahr reflektiert dabei vor allem die weitere Diversifizierung des Lieferantenportfolios im Zuge der erfolgreichen Umsetzung der „CLAIM 5“-Strategie. Im Berichtszeitraum wurden 58 **Audits** in 55 bestehenden Fertigwarenproduktionsstätten (inklusive eigener Produktionsstandorte) durchgeführt (2022: 97 Audits an 87 Fertigwarenproduktionsstätten), wobei der Rückgang im Vergleich zum Vorjahr mit einer gleichzeitigen Zunahme der Anzahl von Audits bei Stoff- und Zutatenslieferanten zusammenhängt. Der Gültigkeitszeitraum der für den Bericht zugrunde liegenden Audits erstreckt sich von Januar 2021 bis Dezember 2023. In diesem Zeitraum wurden insgesamt 191 Audits in 177 Fertigwarenproduktionsstätten durchgeführt. Die bei Audits in bestehenden Fertigwarenproduktionsstätten festgestellten Verstöße bezogen sich im Jahr 2023 hauptsächlich auf die Bereiche Social-Compliance-Management und Arbeitszeiten. Die 56 bestehenden Fertigwarenproduktionsstätten, für die keine gültigen Sozialaudits vorlagen, führten eine **Selbstauskunft** durch. Zwei **Zertifikate** nach FLA-Standard wurden im Berichtszeitraum anerkannt. [> Beschaffung und Produktion](#)

Bis zum Jahr 2025 hat sich HUGO BOSS das Ziel gesetzt, alle seine Waren von Fertigwarenlieferanten (inklusive eigener Produktionsstätten) mit **einer der beiden höchsten erzielbaren Social-Compliance-Leistungstufen („gut“ oder „zufriedenstellend“)** zu beziehen, die durch ein Audit, eine Selbstauskunft oder ein Zertifikat eines externen Social-Compliance-Standards überprüft wurden. Im Jahr 2023 betrug der entsprechende Anteil 86 % (2022: 97 %). Der Leistungsindikator für 2023 ist nur bedingt vergleichbar mit dem des Vorjahres, da HUGO BOSS die Definition im Jahr 2023 verfeinert hat, um die verschiedenen Komponenten der Leistungsbewertung seiner Lieferanten expliziter und transparenter zu gestalten. Seit dem Geschäftsjahr 2023 führt HUGO BOSS auch keine Remote Risk Assessments (RRA) mehr durch und hat diese somit aus der Berechnung ausgeschlossen. Aufgrund der gestiegenen Anzahl von Selbstauskünften unserer Lieferanten spiegeln sich deren Ergebnisse in größerem Umfang wider, als dies im vorherigen Jahr der Fall war.

Das Unternehmen hat sich zudem das Ziel gesetzt, bis 2025 80 % seiner Waren von Fertigwarenlieferanten (inklusive eigener Produktionsstätten) mit der **höchsten erreichbaren Social-Compliance-Leistungstufe („gut“)** zu beziehen, überprüft durch ein Audit, eine Selbstauskunft oder ein Zertifikat eines externen Social-Compliance-Standards. Im Jahr 2023 stieg dieser Anteil auf 62 % (2022: 52 %), wobei sich auch dieser auf die oben dargestellte Grundgesamtheit bezieht.

Bekämpfung von Korruption und Bestechung

Vermeidung von Korruption und wettbewerbsschädigendem Verhalten

Zu ethisch einwandfreiem und rechtmäßigem Verhalten gehört die Vermeidung von Korruption und wettbewerbsschädigendem Verhalten. HUGO BOSS erwartet von allen Mitarbeitern ein rechtlich einwandfreies Verhalten im unternehmerischen Alltag. **Corporate Compliance** ist bei HUGO BOSS wesentliche Leitungsaufgabe des Vorstands und umfasst Maßnahmen zur Einhaltung gesetzlicher und behördlicher Vorschriften sowie unternehmensinterner Richtlinien und Kodizes. Dazu zählen auch Anti-Korruptions-, Anti-Bestechungs- und Kartellrechtsvorschriften.

Die zentrale **Compliance-Abteilung** bei HUGO BOSS ist dem Chief Compliance Officer unterstellt, der direkt an den CFO/COO berichtet. Die Abteilung ist in erster Linie für die Unterstützung bei der Überwachung eines effektiven Compliance-Managements verantwortlich. Zusammen mit den Compliance-Beauftragten in den Konzerngesellschaften sorgt sie für die Umsetzung und kontinuierliche Weiterentwicklung des Compliance-Programms. Der Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats wird regelmäßig über die Aktivitäten der Compliance-Abteilung informiert.

Ziele

Das Compliance-Management bei HUGO BOSS zielt auf ein **konzernweit rechtskonformes Verhalten** ab. So sollen Rechtsverletzungen wie etwa Korruptions-, Bestechungs- und Kartellrechtsverstöße vermieden werden, die neben Reputations- und finanziellen Risiken insbesondere auch persönliche straf- und arbeitsrechtliche Konsequenzen nach sich ziehen können.

Maßnahmen

Unsere Mitarbeiter sind zur Einhaltung des konzernweit geltenden **Verhaltenskodex** und ergänzender spezifischer **Compliance-Regeln** wie etwa einer Richtlinie zum Kartellrecht und einer Kapitalmarktrichtlinie verpflichtet. Sowohl der öffentlich einsehbare Kodex als auch die internen Richtlinien werden regelmäßig weiterentwickelt, wobei der Inhalt vor allem im Hinblick auf geänderte rechtliche Anforderungen aktualisiert wird. Im Jahr 2023 lag der Fokus auf dem weiteren Ausbau der Inhalte zum Compliance-Management-System unter Berücksichtigung der Ergebnisse der kürzlich durchgeführten Relevanz- und Risikoanalysen. Darüber hinaus werden die Konzerngesellschaften regelmäßigen **Risikoanalysen** und gegebenenfalls detaillierten **Audits** unterzogen. Etwaige Verstöße werden an den Vorstand und den Aufsichtsrat berichtet.

Ein konzernweit etabliertes und von allen Mitarbeitern mit PC-Zugang regelmäßig zu absolvierendes **E-Learning-Programm** soll das Bewusstsein für die Compliance-Regeln stärken. Vor dem Hintergrund der zunehmenden regulatorischen Anforderungen wurde das Programm im Jahr 2023 weiterentwickelt und in zusätzlichen Sprachen eingeführt, wobei das Rollout dieser Aktualisierung für 2024 geplant ist. Mitarbeiter in Positionen, für die das Thema Compliance besondere Relevanz hat, werden sowohl mittels **Online-** als auch mittels **Präsenzschulungen** zu spezifischen, für sie relevanten Themen wie etwa dem Kartellrecht geschult. Bewusstes Fehlverhalten und schwerwiegende Compliance-Verstöße werden von HUGO BOSS nicht toleriert.

Bei HUGO BOSS haben Mitarbeiter, Lieferanten und Handelspartner Zugang zum „**Speak Up Channel**“, der einen sicheren Weg bietet, Fehlverhalten und Straftaten im Unternehmen vertraulich und anonym zu melden. Zusätzlich können sich die genannten Stakeholder bei Hinweisen auf Wirtschaftsstraftaten, Kartellrechtsverletzungen oder sonstige Compliance-Verstöße vertrauensvoll und, sofern gewünscht, anonym an eine externe Ombudsperson wenden.

Leistungsindikatoren

Im Jahr 2023 wurden im Unternehmen **keine Verstöße** im Sinne von behördlich oder gerichtlich festgestellten Rechtsverletzungen durch Korruptions-, Bestechungs- und Kartellfälle bekannt (2022: keine Verstöße). Bereits im Jahr 2020 stellte die dänische Wettbewerbsbehörde einen kartellrechtlichen Verstoß hinsichtlich einer vermeintlichen Informationsweitergabe mit Blick auf Preise und Mengen von HUGO BOSS an lokale Handelspartner fest. HUGO BOSS hat hierzu eine gegenläufige Auffassung und legte dementsprechend Beschwerde beim zuständigen Beschwerdeausschuss ein, die jedoch 2021 mit drei zu zwei Richterstimmen abgewiesen wurde. Um weiter alle Rechte zu wahren und aufgrund der knappen Entscheidung des Beschwerdeausschusses macht HUGO BOSS derzeit seine Rechte beim „Danish Maritime and Commercial High Court“ geltend. Nach dem Beginn des schriftlichen Vorverfahrens im Jahr 2022 hörte das Gericht im Jahr 2023 Sachverständige zur Beurteilung der Sachlage an. Während eine mündliche Verhandlung voraussichtlich in der ersten Hälfte des Jahres 2024 stattfinden wird, ist mit einer endgültigen Entscheidung in diesem Fall nicht vor Ende 2024 zu rechnen. Ein Bußgeld wurde bisher nicht verhängt.

EU-Taxonomie

Der von der Europäischen Kommission im Jahr 2019 vorgestellte European Green Deal enthält das Ziel, bis 2050 die Nettoemissionen von Treibhausgasen in der Europäischen Union auf null zu reduzieren. Zentraler Bestandteil ist dabei die EU-Taxonomie, ein **Klassifizierungssystem zur Definition „ökologisch nachhaltiger“ Geschäftsaktivitäten**. Ziel ist es, auf Basis definierter Anforderungen EU-weit Wirtschaftsaktivitäten hinsichtlich ihres Beitrags zu sechs definierten Umweltzielen zu klassifizieren, um Kapitalströme in Richtung nachhaltiger Investitionen zu lenken: (1) „Klimaschutz“, (2) „Anpassung an den Klimawandel“, (3) „nachhaltige Nutzung und Schutz von Wasser- und Meeresressourcen“, (4) „Übergang zu einer Kreislaufwirtschaft“, (5) „Vermeidung und Verminderung der Umweltverschmutzung“ und (6) „Schutz und Wiederherstellung der Biodiversität und der Ökosysteme“.

Eine umfassende Analyse seitens HUGO BOSS hat ergeben, dass für das Geschäftsjahr 2023 **keine finanziell wesentlichen taxonomiefähigen oder taxonomiekonformen Umsätze, CapEx oder OpEx** für unser Unternehmen zu berichten sind, vor allem da unsere primären wirtschaftlichen Aktivitäten noch nicht von der EU-Taxonomie abgedeckt werden. Die folgenden Abschnitte enthalten die verpflichtende Berichterstattung im Zusammenhang mit der EU-Taxonomie.

Berichterstattung über „ökologisch nachhaltige“ Wirtschaftsaktivitäten

Die EU-Taxonomie verpflichtet Unternehmen im Rahmen der nichtfinanziellen Erklärung zur Berichterstattung über ihre taxonomiekonformen, sprich gemäß EU-Kriterien ökologisch nachhaltigen Wirtschaftstätigkeiten. Die **Berichtspflicht für das Geschäftsjahr 2023** wurde von den bisherigen beiden klimabezogenen Zielen (1) und (2) auf die verbleibenden vier Umweltziele (3) bis (6) ausgeweitet. Die entsprechenden Anteile der Umsatzerlöse, Investitionen (CapEx) und operativen Aufwendungen (OpEx) bezogen auf taxonomiefähige Wirtschaftstätigkeiten sind nunmehr für alle sechs Ziele offenzulegen. Gleichzeitig sind die entsprechenden Anteile bezogen auf die taxonomiekonformen Wirtschaftsaktivitäten nach wie vor nur für die Ziele (1) und (2) offenzulegen.

Taxonomiefähig sind solche Unternehmensaktivitäten, die mit der jeweiligen Aktivitätsbeschreibung gemäß EU-Taxonomie übereinstimmen, unabhängig von der Erfüllung der technischen Bewertungskriterien. **Taxonomiekonform** sind Unternehmensaktivitäten dann, wenn sie einen wesentlichen Beitrag zum jeweiligen Umweltziel leisten (Einhaltung der technischen Bewertungskriterien), keine erheblichen Beeinträchtigungen der weiteren Umweltziele verursachen (Einhaltung der „Do no significant harm (DNSH)“-Kriterien) und die sozialen Mindeststandards („Minimum Safeguards“) einhalten. Bei den im Folgenden gemachten Angaben wurde der **aktuelle Stand der Interpretation** der Regulatorik zur EU-Taxonomie, die zum Zeitpunkt der Erstellung dieser nichtfinanziellen Erklärung als nach wie vor dynamisch einzustufen war, zugrunde gelegt.

Die im Zusammenhang mit der EU-Taxonomie veröffentlichten delegierten Rechtsakte zu den sechs Umweltzielen decken weiterhin nur eine begrenzte Anzahl von Sektoren und unternehmerischen Aktivitäten ab. Für die primären wirtschaftlichen Aktivitäten der **Unternehmen des globalen Bekleidungsmarkts**, und damit auch von HUGO BOSS, decken die delegierten Rechtsakte derzeit nur eine sehr begrenzte Zahl potenziell relevanter Wirtschaftstätigkeiten im Zusammenhang mit Ziel (4) „Übergang zu einer Kreislaufwirtschaft“ ab, darunter etwa der Verkauf von Second-Hand-Ware sowie Reparatur- und Aufbereitungsdienstleistungen. Während diese wirtschaftlichen Aktivitäten für HUGO BOSS Stand heute nur eine untergeordnete wirtschaftliche Bedeutung haben, sind unsere primären wirtschaftlichen Aktivitäten per Definition nicht taxonomiefähig.

Unter den wirtschaftlichen Aktivitäten, die in den delegierten Rechtsakten für die sechs Umweltziele aufgeführt sind, finden sich jedoch auch solche, die für HUGO BOSS zwar nicht umsatzgenerierend, jedoch grundsätzlich von Relevanz sind, da sie die **Basisinfrastruktur** des Unternehmens wie etwa Immobilien oder Anlagen zur Eigenenergieerzeugung betreffen. Die Identifikation der für HUGO BOSS relevanten Aktivitäten erfolgte dabei grundsätzlich im Rahmen eines bereichsübergreifenden Projekts zur Umsetzung der Anforderungen der EU-Taxonomie. So wurde insbesondere eine Shortlist der für HUGO BOSS relevanten Tätigkeiten auf Basis der umfassenden Aktivitätenlisten in den jeweiligen Anhängen der delegierten Rechtsakte erstellt.

Angesichts der Ausweitung der Berichtspflichten auf die Umweltziele (3) bis (6) und der damit verbundenen Vielzahl potenziell taxonomiefähiger Wirtschaftsaktivitäten hat HUGO BOSS das **Prinzip der Wesentlichkeit** im Zusammenhang mit der Berichterstattung zur EU-Taxonomie im Vergleich zum Vorjahr weiter geschärft. Dementsprechend wird eine wirtschaftliche Aktivität als für HUGO BOSS taxonomiefähig eingestuft, wenn der entsprechende KPI-Wert auf Ebene der wirtschaftlichen Aktivität mindestens 0,5 % des jeweiligen Nenners für Umsatz beziehungsweise CapEx beträgt.

Taxonomiefähiger und taxonomiekonformer Umsatz

Das Kerngeschäft von HUGO BOSS wird von den aktuell gültigen Taxonomiekriterien für die sechs Umweltziele nicht erfasst. Jedoch umfasst das Ziel (4) „Übergang zu einer Kreislaufwirtschaft“, für das 2023 erstmals Taxonomiekriterien eingeführt wurden, einige wenige Wirtschaftsaktivitäten, die auf kleinere Geschäftsaktivitäten von HUGO BOSS zutreffen. Wie im Kapitel „Umweltbelange“ dieser zusammengefassten nichtfinanziellen Erklärung dargelegt, bietet HUGO BOSS in ausgewählten eigenen Stores in Deutschland einen Repair & Rewear Service an und betreibt zudem eine Online-Resale-Plattform in Frankreich. Da die Umsätze dieser beiden Aktivitäten im Jahr 2023 jedoch deutlich unterhalb der festgelegten Wesentlichkeitsschwelle liegen, weist das Unternehmen den **Anteil der taxonomiefähigen und -konformen Umsätze** im Geschäftsjahr 2023 wie im Vorjahr mit 0 % aus. Unabhängig davon ist HUGO BOSS bestrebt, seine Aktivitäten im Bereich der Kreislaufwirtschaft in Zukunft deutlich auszubauen, und hat deshalb das klare Bekenntnis „Kreislaufwirtschaft fördern“ fest in seiner Nachhaltigkeitsstrategie verankert. > [Zusammengefasste Nichtfinanzielle Erklärung, Umweltbelange](#), > [Nachhaltigkeit](#)

Taxonomiefähige und taxonomiekonforme Investitionen (CapEx)

Für das Geschäftsjahr 2023 wurden keine wirtschaftlichen Aktivitäten identifiziert, deren jeweilige CapEx-Beträge die definierte Wesentlichkeitsschwelle überschreiten.

So wurde etwa mit dem **Bau eines neuen Bürogebäudes** am Firmensitz in Metzingen (Deutschland) erst im Dezember 2023 begonnen, was lediglich zu unwesentlichen CapEx im Geschäftsjahr 2023 führte. Die Fertigstellung des Gebäudes, für das HUGO BOSS eine Platin-Zertifizierung der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen (DGNB) anstrebt, ist für das Jahr 2025 geplant. Darüber hinaus liegen auch die Investitionen im Zusammenhang mit der **Inbetriebnahme zusätzlicher Photovoltaikanlagen** an den eigenen Produktionsstandorten unterhalb der Wesentlichkeitsgrenze.

Folglich belaufen sich die für 2023 **taxonomiefähigen CapEx** in Relation zu den im abgelaufenen Geschäftsjahr insgesamt angefallenen CapEx von 537 Mio. EUR („Nenner“) auf 0 % (2022: 2 % bei einem Nenner von 419 Mio. EUR). Der Anteil der **taxonomiekonformen CapEx**, wiederum in Bezug auf den Nenner, beläuft sich entsprechend ebenfalls auf 0 % (2022: 0 %). Gemäß Taxonomie-Verordnung umfassen die bei der Ermittlung des Nenners zugrunde zu legenden CapEx im Wesentlichen Zugänge an Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten vor Abschreibungen und Neubewertungen sowie Zugänge an Nutzungsrechten aus langfristigen Leasingverhältnissen. Grundlage der Erhebung bildeten Daten der Abteilung Business Planning & Analysis sowie des Konzern-Rechnungswesens. Der Betrag des Nenners ist überleitbar zu den im Zusammengefassten Lagebericht unter Finanzlage sowie im Konzernabschluss unter der Anhangsziffer 9 gemachten Angaben. > [Finanzlage, Investitionen](#)

Taxonomiefähige und taxonomiekonforme Betriebsausgaben (OpEx)

Die gemäß Definition der EU-Taxonomie bei der Berechnung des Nenners zugrunde zu legenden OpEx umfassen im Wesentlichen direkte Kosten, die sich auf Forschung und Entwicklung, Gebäudesanierungsmaßnahmen, kurzfristiges Leasing, Wartung und Reparatur beziehen. Der überwiegende Teil der OpEx von HUGO BOSS, etwa in Bezug auf Vertriebs- und Marketingaufwendungen, allgemeinen Verwaltungsaufwand oder Logistikaufwendungen, bleibt bei dieser Definition folglich unberücksichtigt. Für das Geschäftsjahr 2023

beläuft sich der Nenner auf 135 Mio. EUR (2022: 116 Mio. EUR). Grundlage der Erhebung bildeten auch hier Daten der Abteilung Business Planning & Analysis sowie des Konzern-Rechnungswesens. In Relation zu den im Geschäftsjahr 2023 insgesamt angefallenen OpEx in Höhe von 2.171 Mio. EUR (überleitbar zu den in der Konzern-Gewinn-und-Verlust-Rechnung dargestellten operativen Aufwendungen; 2022: 1.921 Mio. EUR) stuft HUGO BOSS diesen OpEx-Nenner als unwesentlich ein. Folglich wird, im Einklang mit den Ausführungen im Annex I der delegierten Verordnung zu Artikel 8 der EU-Taxonomie, für das Geschäftsjahr 2023 wie im Vorjahr auf eine Ermittlung der **taxonomiefähigen und -konformen OpEx** verzichtet und beide Anteile daher jeweils mit 0 % ausgewiesen (2022: 0 %). > **Ertragslage, Gewinn-und-Verlust-Rechnung**

Klimarisikoanalyse

HUGO BOSS hat eine **Analyse physischer Klimarisiken** für die bedeutendsten eigenen Unternehmensstandorte durchgeführt, die sowohl den Vorgaben der EU-Taxonomie als auch den Empfehlungen der Task Force on Climate-Related Financial Disclosures (TCFD) genügt. Dabei wurden die Standorte der oben genannten Projekte einbezogen. Die systembasierte Analyse beruht auf den Emissionsreferenzszenarien des Weltklimarats (IPCC). Wesentliche kurz- bis mittelfristige physische Klimarisiken wurden für die entsprechenden Projekte nicht identifiziert, sodass von keiner erheblichen Beeinträchtigung („DNSH“) des Umweltziels „Anpassung an den Klimawandel“ auszugehen ist. Anpassungsmaßnahmen sind aus Sicht des Unternehmens daher zurzeit nicht notwendig.

Soziale Mindeststandards

Die **Einhaltung der sozialen Mindeststandards**, die die OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen und die UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte einschließlich der ILO-Kernarbeitsnormen und der Internationalen Charta der Menschenrechte umfassen, wurde durch die jeweiligen Fachexperten auf Konzernebene geprüft. Wie bereits im Vorjahr erfüllt HUGO BOSS sämtliche der dort definierten Standards.

> **Zusammengefasste Nichtfinanzielle Erklärung, Achtung der Menschenrechte**

Weitere Informationen

Weitere Informationen zu den taxonomiefähigen und taxonomiekonformen Anteilen von Umsatz, CapEx und OpEx sind dem Kapitel „Weitere Angaben zur EU-Taxonomie“ zu entnehmen. > **Weitere Angaben, Weitere Angaben zur EU-Taxonomie**

GESAMTWIRTSCHAFT- LICHE LAGE UND BRANCHENENTWICKLUNG

2023 geprägt von hoher
makroökonomischer
und geopolitischer
Unsicherheit

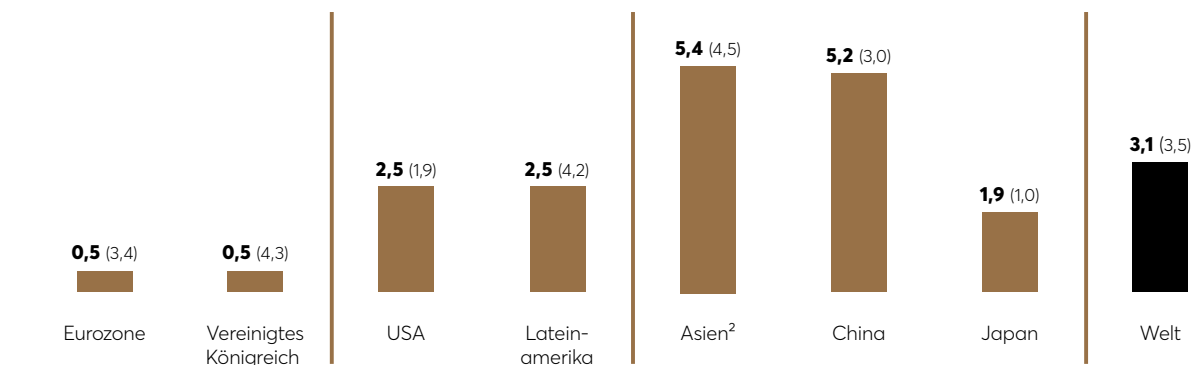
Abschwächung des
Branchenwachstums
im Jahresverlauf

Umsatz der globalen Be-
kleidungsindustrie legte
2023 um 2 % bis 4 % zu

Gesamtwirtschaftliche Lage

Im Geschäftsjahr 2023 sah sich die Weltwirtschaft erheblichem **makroökonomischem und geopolitischem Gegenwind** gegenüber. Dies umfasste anhaltend hohe Inflationsraten trotz straffer Geldpolitik, eine kurzzeitige globale Bankenkrise, eine gedämpfte Stimmung bei Unternehmen und Verbrauchern sowie zunehmende geopolitische Spannungen. Während die US-Wirtschaft einen Wirtschaftsabschwung vermeiden konnte, stand Europa weiterhin am Rande einer Rezession und auch die Erholung Chinas nach der COVID-19-Pandemie verlief langsamer als ursprünglich erwartet. Hingegen wirkten sich ein allmähliches Nachlassen des Inflationsdrucks im Jahresverlauf, die Erholung von pandemiebedingten weltweiten Produktions- und Lieferkettenunterbrechungen sowie die Robustheit der US-amerikanischen und europäischen Arbeitsmärkte positiv auf das globale Wirtschaftswachstum im Jahr 2023 aus. Insgesamt variierten die Wachstumsraten einzelner Sektoren und Regionen sehr stark, wobei die Abschwächung in den Industriestaaten ausgeprägter war als in den Schwellenländern. Der Internationale Währungsfonds (IWF) geht daher in seinem im Januar 2024 veröffentlichten Bericht davon aus, dass sich das **Weltwirtschaftswachstum** im Jahr 2023 auf 3,1% (2022: 3,5%) verlangsamt hat, sich dabei jedoch als widerstandsfähiger erwies als ursprünglich erwartet.

WACHSTUM DER WELTWIRTSCHAFT¹ (IN %)



2023 (2022)

¹ Schätzung IWF.
² Ohne Japan.

Nach Schätzungen des IWF verlangsamte sich das Wirtschaftswachstum in der **Eurozone** nach einer soliden Expansion im Vorjahr in 2023 spürbar auf 0,5 % (2022: 3,4 %). Trotz einer anhaltenden hohen, aber rückläufigen Inflationsrate und einer restriktiveren Geldpolitik blieben die Herausforderungen aufgrund einer insgesamt gedämpften Konsumnachfrage bestehen, wobei die Wachstumsraten in den wichtigsten Volkswirtschaften unterschiedlich ausfielen. Deutschland verzeichnete aufgrund schwacher Konsum- und Investitionstätigkeit einen Rückgang von –0,3 % (2022: +1,8 %), während Frankreich von einer relativ robusten Industrieproduktion und einer gestiegenen Nachfrage profitierte und daher im Jahr 2023 ein Wachstum von 0,8 % erzielte (2022: 2,5 %). Auch in **Großbritannien** verlangsamte sich das Wirtschaftswachstum merklich und erreichte 2023 ein Niveau von 0,5 % (2022: 4,3 %), wobei die Verlangsamung vor allem auf die Auswirkungen der strafferen Geldpolitik zur Eindämmung der anhaltend hohen Inflation zurückzuführen ist.

Gemäß IWF zeigte sich die **US-Wirtschaft** im Jahr 2023 mit einem Wachstum von 2,5 % (2022: 1,9 %) trotz der deutlichen Straffung der Geldpolitik bemerkenswert robust. Dies ist vor allem auf eine solide Inlandsnachfrage und einen starken Arbeitsmarkt zurückzuführen. In **Lateinamerika** verlangsamte sich das Wachstum im Jahr 2023 auf 2,5 % (2022: 4,2 %), da sich die Konjunktur in wichtigen Partnerländern abschwächte und die Rohstoffpreise sanken.

Obwohl die Erholung in **China** nach dem Ende der Pandemiemaßnahmen Anfang 2023 schwächer ausfiel als ursprünglich erwartet, belief sich das Wachstum laut IWF dort dennoch auf 5,2 % (2022: 3,0 %). Die allmähliche Erholung des Konsums kompensierte die Auswirkungen der Krise im chinesischen Immobiliensektor. Das Wachstum in China fiel damit etwas geringer aus als in der Region **Asien (ohne Japan)** insgesamt, für die der IWF für 2023 ein Plus von 5,4 % (2022: 4,5 %) annimmt. In **Japan** beschleunigte sich das Wirtschaftswachstum auf 1,9 %, was auf einen starken Außenhandel aufgrund eines deutlichen Anstiegs der Exporte zurückzuführen ist (2022: 1,0 %).

Branchenentwicklung

Für die **globale Bekleidungsindustrie** war das Jahr 2023 weiterhin von anhaltend hohen makroökonomischen und geopolitischen Unsicherheiten geprägt. Zu den größten Herausforderungen zählten die anhaltend hohe Inflation und der damit verbundene Druck auf die Inputkosten der Unternehmen und die Verbrauchernachfrage, ein hart umkämpfter Arbeitsmarkt sowie die allgemeine wirtschaftliche Volatilität. Dennoch überwog in der **ersten Jahreshälfte 2023** Optimismus, der durch die Wiedereröffnung Chinas und die insgesamt robuste Nachfrage der europäischen Verbraucher gestützt und nur teilweise durch eine spürbare Abschwächung der Nachfrage amerikanischer Verbraucher gedämpft wurde. In der **zweiten Hälfte des Jahres 2023** sah sich die Branche hingegen mit zunehmendem Gegenwind konfrontiert, der durch eine nachlassende Nachfrage in Europa und eine langsamer als erwartet fortschreitende Erholung in China gekennzeichnet war, was zu einer weitgehenden Normalisierung der Wachstumsraten führte.

Gemäß einer gemeinsamen Studie von The Business of Fashion und der Unternehmensberatung McKinsey & Company, die im November 2023 veröffentlicht wurde, verzeichnete die **globale Bekleidungsindustrie** (ohne das Luxussegment) im Jahr 2023 ein Umsatzwachstum von 2 % bis 4 %, was in etwa dem Vorjahresniveau entspricht (2022: 2 % bis 4 %). Das stärkere Wachstum in der ersten Jahreshälfte wurde dabei durch die insgesamt schwächere Verbraucherstimmung in der zweiten Jahreshälfte weitgehend ausgeglichen.

In **Europa** verzeichnete die Branche in der ersten Jahreshälfte 2023 ein insgesamt solides Plus von 5%. Jedoch verlangsamte sich das Branchenwachstum in der zweiten Jahreshälfte auf ein Niveau zwischen 1% und 3%, was hauptsächlich auf die allgemeine Verschlechterung des Konsumklimas zurückzuführen ist (2022: 13%). Auf dem wichtigen **US-Markt** verzeichnete die Branche in der ersten Jahreshälfte bei vergleichsweise schwacher Verbraucherstimmung einen Umsatzrückgang von –1%, was in etwa der für die zweite Jahreshälfte 2023 angenommenen Entwicklung von –2% bis 0% entspricht (2022: 2%). In **China** blieb das Wachstum der globalen Bekleidungsindustrie im Vergleich zu historischen Werten relativ schwach, was auf makroökonomische Unsicherheiten und eine langsamer als erwartet eintretende Erholung der Verbrauchernachfrage zurückzuführen ist. Während die Branche laut The Business of Fashion und McKinsey & Company nach dem Ende der Pandemiemaßnahmen in der ersten Jahreshälfte 2023 einen robusten Umsatzanstieg von 10% verzeichnete, verlangsamte sich das Wachstum in der zweiten Jahreshälfte deutlich auf ein Niveau zwischen 1% und 3% (2022: –3%).

VERGLEICH DES TATSÄCHLICHEN MIT DEM PROGNOTIZIERTEN GESCHÄFTSVERLAUF

2023 markiert weiteren wichtigen Meilenstein zur Erreichung der mittelfristigen Finanzziele

Starke Geschäftsentwicklung dank robuster Markendynamik

Angehobene Umsatz- und Ergebnisziele für Geschäftsjahr 2023 erfolgreich erreicht

HUGO BOSS verzeichnete 2023 eine erfolgreiche Geschäftsentwicklung und erzielte folglich deutliche Umsatz- und Ergebnisverbesserungen. Diese Entwicklung spiegelt in erster Linie unsere robuste Markendynamik wider, die auf die weitere erfolgreiche Umsetzung unserer **Wachstumsstrategie „CLAIM 5“** zurückzuführen ist. Unsere beiden Marken, BOSS und HUGO, konnten weltweit weitere Marktanteile gewinnen, woraufhin das Unternehmen im Geschäftsjahr 2023 einen **Rekordumsatz von 4,2 Mrd. EUR** erzielte. Dies entspricht einem währungsbereinigten Wachstum von 18 %. Damit überschritt HUGO BOSS erstmalig die Umsatzmarke von 4 Mrd. EUR und übertraf sein ursprüngliches Umsatzziel für 2025 folglich zwei Jahre früher als geplant. Das Wachstum war erneut breit angelegt, mit zweistelligen Verbesserungen unserer beiden Marken sowie sämtlicher Regionen und Vertriebskanäle. Angetrieben durch die starke Umsatzdynamik verzeichneten wir 2023 darüber hinaus **robuste Ergebnisverbesserungen**, mit einem Anstieg des EBIT um 22 % auf 410 Mio. EUR. Somit hat HUGO BOSS seine im Laufe des Jahres zweimal nach oben angepassten **Umsatz- und Ergebnisziele für das Geschäftsjahr 2023 erfolgreich erreicht**. 2023 markierte damit einen weiteren wichtigen Meilenstein für HUGO BOSS im Rahmen der erfolgreichen Umsetzung von „CLAIM 5“ und bei der Erreichung seiner mittelfristigen Finanzziele. Letztere hatte das Unternehmen Mitte 2023 angehoben. Unsere Geschäftsentwicklung ist umso bemerkenswerter angesichts der hohen makroökonomischen und geopolitischen Unsicherheiten im Geschäftsjahr 2023, darunter ein hohes Inflations- und Zinsniveau, eine sich abschwächende globale Verbraucherstimmung und zunehmende geopolitische Spannungen.

Die **erfolgreiche Umsetzung wichtiger Marken-, Produkt- und Vertriebsinitiativen** im Rahmen unserer „CLAIM 5“-Strategie hat unserer operativen und finanziellen Performance im Jahr 2023 weiteren spürbaren Auftrieb verliehen. Im Einklang mit unserem strategischen Claim **„Boost Brands“** konnten wir nahtlos an die erfolgreiche Markendynamik anknüpfen, die BOSS und HUGO im Rahmen der umfassenden Markenerneuerung im Jahr 2022 entwickelt hatten. Dank zahlreicher wichtiger Marketinginitiativen, allen voran unseren äußerst erfolgreichen 360°-Markenkampagnen, konnten wir auch 2023 weltweit sowohl neue und jüngere Konsumenten als auch bestehende Kunden begeistern. Aufsehenerregende Markenevents haben die Dynamik von BOSS und HUGO im Jahr 2023 zusätzlich gesteigert. Gleichzeitig haben wir, ganz im Sinne unseres strategischen Claims **„Product is Key“**, das **24/7-Lifestyle-Image** beider Marken weiter gestärkt.

Mit dem Ziel, unsere Kunden für jede Gelegenheit perfekt auszustatten, haben wir insbesondere auf den Markenlinien BOSS Black, BOSS Orange, BOSS Green und der exklusiven BOSS Camel-Markenlinie aufgebaut und so die Sichtbarkeit und Reichweite an unseren Verkaufspunkten spürbar erhöht. Gleichzeitig haben wir mit dem Launch von HUGO BLUE Anfang 2024 unser Denimwear-Angebot gestärkt. Auch hinsichtlich der beiden strategischen Claims „Lead in Digital“ und „Drive Omnichannel“ erzielten wir wichtige Erfolge. In diesem Zusammenhang legte unser Digital Campus, der im vergangenen Jahr in Porto (Portugal) eingeweiht wurde, einen klaren Fokus auf die weitere Stärkung unseres globalen Onlinegeschäfts. Dabei geht es vor allem um die weitere Verbesserung des **E-Commerce-Erlebnisses**. So hat der Campus unter anderem den erfolgreichen Relaunch der hugoboss.com-App vorangetrieben und damit das Omnichannel-Erlebnis weiter verbessert. Gleichzeitig haben wir auch 2023 die Modernisierung und Optimierung unseres weltweiten Storenetzwerks weiter vorangetrieben. Dazu zählt vor allem der fortschreitende Rollout unserer neuesten **BOSS und HUGO Storekonzepte**, die auf eine deutliche Verbesserung des Kundenerlebnisses abzielen. Die Gesamtzahl der erneuerten freistehenden Stores beläuft sich somit inzwischen auf weltweit rund 200, wozu auch unser weltweit umsatzstärkster BOSS Store in der Dubai Mall zählt. Im Einklang mit dem Claim „Organize for Growth“ haben wir 2023 zudem wichtige Fortschritte bei der weiteren Steigerung der Effizienz entlang unserer Wertschöpfungskette erzielt und können so die Nachfrage unserer Kunden künftig noch besser bedienen. In diesem Zusammenhang haben wir die Umsetzung unserer wichtigen **Digital-TWIN-Initiative** weiter vorangetrieben – eine smarte, technologiegesteuerte Business-Operations-Plattform, mit der wir die Flexibilität und Transparenz entlang der Wertschöpfungskette weiter erhöhen wollen. Darüber hinaus sind wir dabei, unsere globalen Logistikkapazitäten in den kommenden Jahren zu stärken und so unser langfristiges Wachstum zu unterstützen. Dies umfasst auch den Ende 2023 begonnenen strategischen Ausbau eines unserer wichtigsten Logistikzentren in der Nähe unseres Firmensitzes in Metzingen (Deutschland). > **Konzernstrategie**

Im Zuge der konsequenten Umsetzung unserer „CLAIM 5“-Strategie verzeichnete HUGO BOSS über das ganze Jahr hinweg eine starke Geschäftsentwicklung. Nach einem überaus starken Jahresauftakt haben wir – zusammen mit der Veröffentlichung der Ergebnisse des ersten Quartals im Mai 2023 – unsere **ursprüngliche Umsatz- und Ergebnisprognose für das Geschäftsjahr 2023 erhöht**. Die anhaltend starke Umsatz- und Ergebnisdynamik im zweiten Quartal veranlasste HUGO BOSS im August, die **Umsatz- und Ergebnisprognose für das Geschäftsjahr erneut anzuheben**. Trotz des zunehmend herausfordernden Marktumfelds konnten wir unsere robuste Dynamik in der zweiten Jahreshälfte beibehalten und somit unsere zweimal angehobenen Umsatz- und Ergebnisziele für das Geschäftsjahr 2023 erfolgreich erreichen.

VERGLEICH DES TATSÄCHLICHEN MIT DEM PROGNOTIZIERTEN GESCHÄFTSVERLAUF

	Ergebnis 2022	Ursprüngliche Prognose 2023	Jüngste Prognose 2023	Ergebnis 2023
Konzernumsatz	3.651 Mio. EUR	Anstieg im mittleren einstelligen Prozentbereich	Anstieg von 12 % bis 15 % auf 4,1 Mrd. EUR bis 4,2 Mrd. EUR	Anstieg um 15 % auf 4,2 Mrd. EUR
Umsatzentwicklung nach Segmenten				
EMEA	2.303 Mio. EUR	Anstieg im niedrigen bis mittleren einstelligen Prozentbereich	Anstieg von 10 % bis 15 %	Anstieg um 11 % auf 2.562 Mio. EUR
Amerika	789 Mio. EUR	Anstieg im niedrigen bis mittleren einstelligen Prozentbereich	Anstieg von 10 % bis 15 %	Anstieg um 21 % auf 955 Mio. EUR
Asien/Pazifik	467 Mio. EUR	Anstieg im Zehnprozentbereich	Anstieg von 25 % bis 30 %	Anstieg um 23 % auf 576 Mio. EUR
Operatives Ergebnis (EBIT)	335 Mio. EUR	350 Mio. EUR bis 375 Mio. EUR	Anstieg von 20 % bis 25 % auf 400 Mio. EUR bis 420 Mio. EUR	Anstieg um 22 % auf 410 Mio. EUR
Konzernergebnis	222 Mio. EUR	Anstieg von 5 % bis 12 %	Anstieg von 20 % bis 25 %	Anstieg um 22 % auf 270 Mio. EUR
TNWC im Verhältnis zum Umsatz	15,0 %	~17 %	18 % bis 19 % ¹	Anstieg um 580 Basis- punkte auf 20,8 %
Investitionen	192 Mio. EUR	200 Mio. EUR bis 250 Mio. EUR	250 Mio. EUR bis 300 Mio. EUR	Anstieg um 55 % auf 298 Mio. EUR

¹ Die Prognose des TNWC im Verhältnis zum Umsatz wurde mit der Veröffentlichung der Ergebnisse des dritten Quartals im November 2023 auf einen „Anstieg auf ein Niveau von rund 20 %“ angepasst.

Der **Konzernumsatz** legte im Geschäftsjahr 2023 währungsbereinigt um 18 % zu. In Berichtswährung stieg der Umsatz um 15 % auf ein Rekordniveau von 4.197 Mio. EUR (2022: 3.651 Mio. EUR) und lag damit am oberen Ende der jüngsten Prognosespanne, die einen Umsatzanstieg im Bereich zwischen 12 % und 15 % auf ein Niveau von 4,1 Mrd. EUR bis 4,2 Mrd. EUR vorsah. Das Wachstum stand dabei auf breiter Basis, da sowohl unsere beiden Marken BOSS und HUGO, als auch sämtliche Regionen und Vertriebskanäle zweistellige Umsatzverbesserungen erzielten. > **Ertragslage, Umsatzlage**

Gleichzeitig verzeichnete HUGO BOSS im Geschäftsjahr 2023 robuste Ergebnisverbesserungen, wobei die starke Umsatzentwicklung weitere Investitionen in das Geschäft im Rahmen von „CLAIM 5“ sowie einen leichten Rückgang der Bruttomarge mehr als ausglich. Infolgedessen stieg das **operative Ergebnis (EBIT)** des Konzerns im Geschäftsjahr 2023 um 22 % auf 410 Mio. EUR (2022: 335 Mio. EUR), was im Einklang mit der jüngsten Prognose des Unternehmens steht, die einen Anstieg zwischen 20 % und 25 % auf ein Niveau zwischen 400 Mio. EUR und 420 Mio. EUR vorsah. Infolgedessen stieg die EBIT-Marge um 60 Basispunkte auf ein Niveau von 9,8 % (2022: 9,2 %). Dementsprechend legte auch das **Konzernergebnis** im Geschäftsjahr 2023 um 22 % auf 270 Mio. EUR zu (2022: 222 Mio. EUR). > **Ertragslage, Gewinn-und-Verlust-Rechnung**

Das **kurzfristige operative Nettovermögen (TNWC)** im Verhältnis zum Umsatz stieg im Geschäftsjahr 2023 auf 20,8 % (2022: 15,0 %) und entspricht damit weitestgehend unserer jüngsten Prognose von rund 20 %. Die Entwicklung spiegelt in erster Linie eine höhere Vorratsposition wider, die der Unterstützung der robusten Umsatzdynamik in sämtlichen Vertriebskanälen dienen soll. Gleichzeitig trugen auch ein Anstieg der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie geringere Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen zu dieser Entwicklung bei. > **Vermögenslage**

Die **Investitionen** stiegen im Jahr 2023 um 55% auf 298 Mio. EUR und lagen damit am oberen Ende der jüngsten Prognosespanne von 250 Mio. EUR bis 300 Mio. EUR (2022: 192 Mio. EUR). Der Anstieg der Investitionen zielt darauf ab, die erfolgreiche Umsetzung von „CLAIM 5“ zu unterstützen, insbesondere durch höhere Investitionen in unser globales Storenetzwerk. Gleichzeitig legen wir einen starken Fokus auf die weitere Digitalisierung unseres Geschäftsmodells sowie den Ausbau unserer Logistikkapazitäten und Konzernzentrale. > **Finanzlage, Investitionen**

Der **Free Cashflow** belief sich im Geschäftsjahr 2023 auf 96 Mio. EUR (2022: 166 Mio. EUR) und lag damit leicht unter dem Vorjahresniveau. Der Rückgang im Vergleich zum Vorjahr ist vor allem auf den Anstieg der Investitionen zurückzuführen, der die erzielte EBIT-Verbesserung mehr als ausglich. > **Finanzlage, Kapitalflussrechnung**

ERTRAGSLAGE

Erfolgreiche Umsetzung von „CLAIM 5“ führt zu deutlichen Umsatz- und Ergebnisverbesserungen

Konzernumsatz legt währungsbereinigt um 18 % auf neuen Rekordwert von 4,2 Mrd. EUR zu

Operatives Ergebnis (EBIT) steigt um 22 % auf 410 Mio. EUR

HUGO BOSS verzeichnete 2023 eine erfolgreiche Geschäftsentwicklung und erzielte folglich deutliche Umsatz- und Ergebnisverbesserungen. Diese Entwicklung spiegelt in erster Linie unsere robuste Markendynamik wider, die auf die weitere erfolgreiche Umsetzung unserer **Wachstumsstrategie „CLAIM 5“** zurückzuführen ist. Beide Marken, BOSS und HUGO, konnten weltweit weiter Marktanteile gewinnen, woraufhin das Unternehmen im Geschäftsjahr 2023 einen **Rekordumsatz** sowie **robuste Ergebnisverbesserungen** erzielte. 2023 markierte damit einen weiteren wichtigen Meilenstein für HUGO BOSS im Rahmen der erfolgreichen Umsetzung von „CLAIM 5“ und bei der Erreichung seiner mittelfristigen Finanzziele. Letztere hatte das Unternehmen Mitte 2023 angehoben. Unsere starke Geschäftsentwicklung ist umso bemerkenswerter angesichts der hohen makroökonomischen und geopolitischen Unsicherheiten im Geschäftsjahr 2023. Akquisitionen oder Desinvestitionen hatten im Berichtszeitraum keine wesentlichen Auswirkungen auf die finanzielle Entwicklung des Konzerns.

Umsatzlage

Im Zuge der weiteren erfolgreichen Umsetzung von „CLAIM 5“ legte der **Konzernumsatz** im Geschäftsjahr 2023 währungsbereinigt um 18 % zu. In Berichtswährung stieg der Umsatz um 15 % auf ein Rekordniveau von 4.197 Mio. EUR (2022: 3.651 Mio. EUR) und übertraf damit erstmals in der Geschichte von HUGO BOSS die Marke von 4 Mrd. EUR. Das Wachstum stand dabei auf breiter Basis, da beide Marken, alle Regionen und sämtliche Vertriebskanäle robust zweistellige Umsatzverbesserungen erzielten.

Umsatz nach Marken

UMSATZ NACH MARKEN (IN MIO. EUR)

	2023	In % des Umsatzes	2022	In % des Umsatzes	Veränderung in %	Währungsbereinigte Veränderung in %
BOSS Menswear	3.256	78	2.868	79	14	16
BOSS Womenswear	288	7	239	7	21	24
HUGO	653	16	545	15	20	22
Gesamt	4.197	100	3.651	100	15	18

Aufbauend auf der erfolgreichen Erneuerung des Markenauftritts wurden die Kollektionen unserer beiden Marken auch im Jahr 2023 sowohl von unseren Kunden als auch von unseren Großhandelspartnern weltweit sehr gut angenommen. Dank der begleitenden globalen 360°-Markenkampagnen sowie zahlreicher aufsehen-erregender Fashionevents konnten BOSS und HUGO ihre Markenrelevanz weiter steigern. Dies hat die Dynamik im Geschäftsjahr 2023 spürbar befeuert, so dass beide Marken ihre Marktanteile weltweit erfolgreich ausbauen konnten. Infolgedessen verzeichneten BOSS Menswear, BOSS Womenswear und HUGO in 2023 allesamt robuste zweistellige Umsatzsteigerungen. Die Dynamik blieb über alle Trageanlässe hinweg stark und spiegelte damit das 24/7-Lifestyle-Image unserer Marken voll wider. Insgesamt stieg der währungsbereinigte Umsatz von **BOSS Menswear** um 16 %, während der Umsatz von **BOSS Womenswear** im Vergleich zum Vorjahr sogar um 24 % zulegen. Bei **HUGO** stieg der währungsbereinigte Umsatz um 22 %. [> Konzernstrategie](#)

Umsatz nach Regionen

UMSATZ NACH REGIONEN (IN MIO. EUR)

	2023	In % des Umsatzes	2022	In % des Umsatzes	Veränderung in %	Währungsbereinigte Veränderung in %
EMEA	2.562	61	2.303	63	11	13
Amerika	955	23	789	22	21	23
Asien/Pazifik	576	14	467	13	23	32
Lizenzen	104	2	92	3	13	13
Gesamt	4.197	100	3.651	100	15	18

Alle Regionen trugen mit zweistelligen Umsatzverbesserungen zu der robusten Geschäftsentwicklung im Jahr 2023 bei. In der Region **EMEA** stieg der währungsbereinigte Umsatz um 13 %, was auf zweistelliges Wachstum wichtiger Märkte wie Deutschland und Frankreich sowie eine besonders starke Performance in den Emerging Markets zurückzuführen ist. Mit einem währungsbereinigten Plus von 23 % blieb die Dynamik in **Amerika** im gesamten Geschäftsjahr 2023 stark, wobei sämtliche Märkte der Region zweistelliges Wachstum verzeichneten, darunter auch der wichtige US-Markt. In der Region **Asien/Pazifik** lag der währungsbereinigte Umsatz um 32 % über dem Vorjahresniveau, was auf zweistellige Umsatzverbesserungen in China und Südostasien & Pazifik zurückzuführen ist. [> Ertragslage, Umsatz- und Ertragsentwicklung der Geschäftssegmente](#)

Umsatz nach Vertriebskanälen

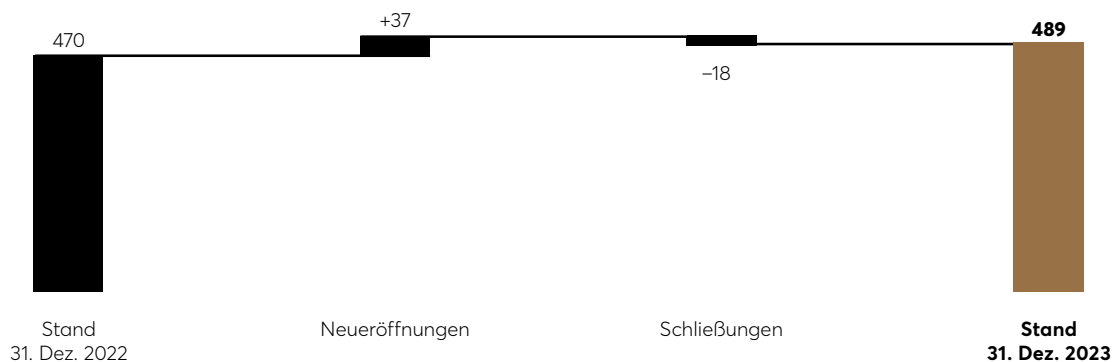
UMSATZ NACH VERTRIEBSKANÄLEN (IN MIO. EUR)

	2023	In % des Umsatzes	2022	In % des Umsatzes	Veränderung in %	Währungsbereinigte Veränderung in %
Stationärer Einzelhandel	2.262	54	2.016	55	12	15
Stationärer Großhandel	1.033	25	895	25	15	18
Digital	798	19	648	18	23	26
Lizenzen	104	2	92	3	13	13
Gesamt	4.197	100	3.651	100	15	18

Auch aus Vertriebskanalsicht erzielte HUGO BOSS im Geschäftsjahr 2023 Umsatzverbesserungen auf breiter Basis, mit zweistelligen Zuwächsen entlang sämtlicher Kundenkontaktpunkte. Der währungsbereinigte Umsatz im **stationären Einzelhandel** (einschließlich freistehender Stores, Shop-in-Shops und Outlets) lag 15 % über dem Vorjahresniveau, was neben einer Steigerung der Flächenproduktivität auch auf eine Ausweitung der Gesamtverkaufsfläche zurückzuführen ist. Dies spiegelt auch die erfolgreiche Umsetzung verschiedener strategischer Initiativen zur weiteren Optimierung und Modernisierung unseres weltweiten Storenetzwerkes wider, darunter die Ausweitung der aktuellsten Storekonzepte für BOSS und HUGO. Im **stationären Großhandel** stieg der währungsbereinigte Umsatz im Geschäftsjahr 2023 um 18 %. Diese Entwicklung spiegelt die anhaltend hohe Nachfrage der Großhandelspartner nach unseren BOSS und HUGO Kollektionen wider, die es unseren Marken ermöglichte, ihre Sichtbarkeit weiter zu verbessern und weltweit Marktanteile zu gewinnen. Gleichzeitig wurde das Wachstum durch die weitere Expansion unseres Franchise-Geschäfts, insbesondere in aufstrebenden Märkten, unterstützt. Unser **digitales Geschäft** setzte seinen zweistelligen Wachstumskurs erfolgreich fort. So stieg der währungsbereinigte Umsatz um 26 %, was sowohl auf zweistellige Umsatzverbesserungen bei hugoboss.com als auch auf starke Zuwächse bei den mit Partnern erzielten digitalen Umsätzen zurückzuführen ist. Insgesamt belief sich der Anteil des digitalen Geschäfts am Konzernumsatz im Geschäftsjahr 2023 auf 19 %. Der währungsbereinigte Umsatz im **Lizenzgeschäft** erhöhte sich um 13 %, getragen von einem zweistelligen Plus im wichtigen Geschäft mit Düften.

Netzwerk eigener Einzelhandelsgeschäfte

ANZAHL EIGENER FREISTEHENDER EINZELHANDELSGESCHÄFTE



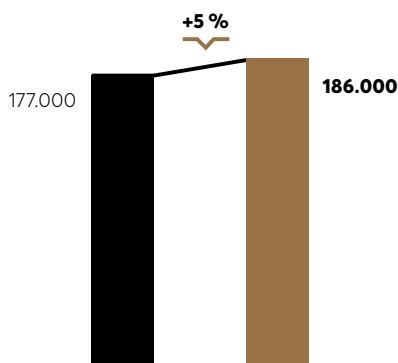
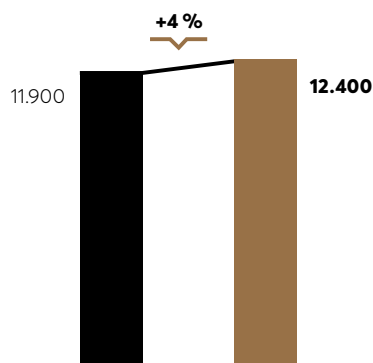
Im Geschäftsjahr 2023 erhöhte sich die Anzahl der eigenen **freistehenden Einzelhandelsgeschäfte** moderat auf 489 (2022: 470). Insgesamt eröffneten weltweit 33 neue BOSS Stores, wobei ein besonderer Fokus auf der Expansion in China lag. Zusätzlich wurden insgesamt vier neue HUGO Stores in EMEA und Amerika eröffnet. Dem gegenüber stand die Schließung von weltweit insgesamt 18 Stores in EMEA und Asien/Pazifik im Zuge auslaufender Mietverträge, mit dem Ziel der weiteren Optimierung unseres Vertriebsnetzwerks.

ANZAHL EIGENER EINZELHANDELSVERKAUFSPUNKTE

2023	EMEA	Amerika	Asien/Pazifik	Gesamt
Anzahl eigener Einzelhandelsverkaufspunkte	587	456	375	1.418
davon freistehende Einzelhandelsgeschäfte	212	115	162	489

2022				
Anzahl eigener Einzelhandelsverkaufspunkte	581	383	352	1.316
davon freistehende Einzelhandelsgeschäfte	212	106	152	470

Unter Einbezug von **Shop-in-Shops** und **Outlets** erhöhte sich die Gesamtzahl der eigenen Einzelhandelsverkaufspunkte zum 31. Dezember 2023 weltweit auf 1.418 (2022: 1.316). Neben den zusätzlichen freistehenden Einzelhandelsgeschäften spiegelt dies vor allem den weiteren Ausbau des Shop-in-Shop-Netzwerks wider, mit dem Ziel, die Präsenz der Marken bei wichtigen Handelspartnern, insbesondere im US-Markt, zu stärken.

Gesamtverkaufsfläche zum 31. Dezember
(in Quadratmeter)Flächenproduktivität
(in EUR pro Quadratmeter)

■ 2023 ■ 2022

Die **Gesamtverkaufsfläche im eigenen Einzelhandel** erhöhte sich um 5 % und lag zum Jahresende bei rund 186.000 Quadratmetern (31. Dezember 2022: rund 177.000 Quadratmeter). Die **Flächenproduktivität im stationären Einzelhandel** erhöhte sich um 4 % auf rund 12.400 EUR pro Quadratmeter (2022: rund 11.900 EUR pro Quadratmeter). Dies steht im Einklang mit unserem Ziel, die Flächenproduktivität bis 2025 um mindestens 3 % pro Jahr auf ein Niveau von über 13.000 EUR pro Quadratmeter zu steigern. Der Anstieg reflektiert in erster Linie die robuste Umsatzentwicklung im Geschäftsjahr 2023 sowie die erfolgreiche Umsetzung strategischer Initiativen zur weiteren Optimierung und Modernisierung des globalen Storenetzwerks, einschließlich der Einführung unserer neuesten Storekonzepte.

Gewinn-und-Verlust-Rechnung

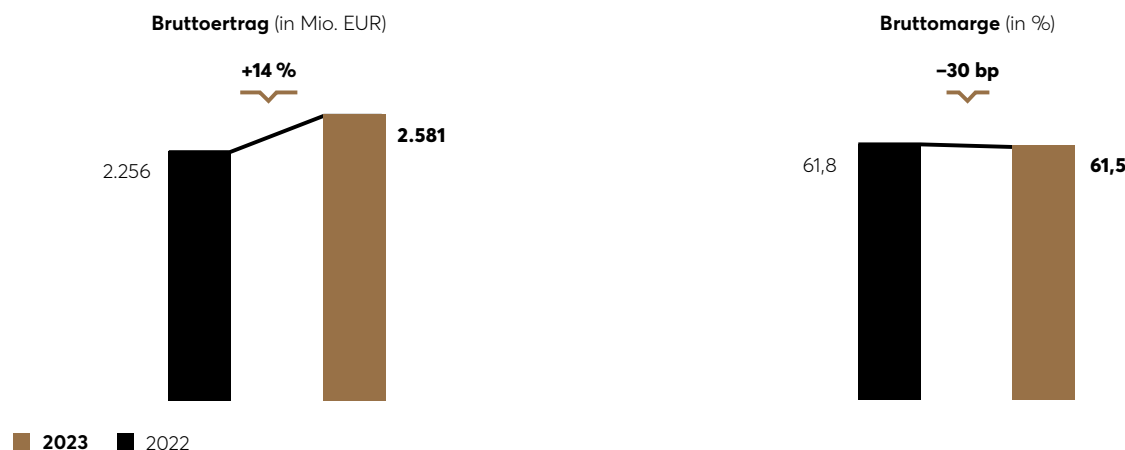
GEWINN-UND-VERLUST-RECHNUNG (IN MIO. EUR)

	Jan.–Dez. 2023	Jan.–Dez. 2022	Veränderung in %
Umsatzerlöse	4.197	3.651	15
Umsatzkosten	–1.617	–1.395	–16
Bruttoertrag	2.581	2.256	14
In % vom Umsatz	61,5	61,8	–30 bp
Operative Aufwendungen	–2.171	–1.921	–13
In % vom Umsatz	–51,7	–52,6	90 bp
davon Vertriebs- und Marketingaufwendungen	–1.745	–1.539	–13
davon Verwaltungsaufwendungen	–426	–382	–11
Operatives Ergebnis (EBIT)	410	335	22
In % vom Umsatz	9,8	9,2	60 bp
Finanzergebnis	–53	–50	–7
Ergebnis vor Ertragsteuern	357	285	25
Ertragsteueraufwand	–87	–63	–37
Konzernergebnis	270	222	22
Davon entfallen auf:			
Anteilseigner des Mutterunternehmens	258	209	23
Nicht beherrschende Anteile	11	12	–8
Ergebnis je Aktie (in EUR)¹	3,74	3,04	23
Ertragsteuerquote in %	24	22	

¹ Verwässertes und unverwässertes Ergebnis je Aktie.

Die **Bruttomarge** lag im Geschäftsjahr 2023 mit 61,5 % leicht unter dem Niveau des Vorjahres (2022: 61,8 %). Positive Effekte niedrigerer Frachtkosten wurden durch eine unvorteilhafte Entwicklung der Wechselkurse sowie ein gegen Ende des Jahres zunehmend rabattintensives Umfeld mehr als ausgeglichen. Im Hinblick auf Letzteres war die Rabattintensität bei HUGO BOSS im Vorjahr besonders gering, was die außergewöhnlich starke Entwicklung unseres Vollpreisgeschäfts im Jahr 2022 nach der Umsetzung unserer umfassenden Markenerneuerung widerspiegelt. > **Konzernstrategie**

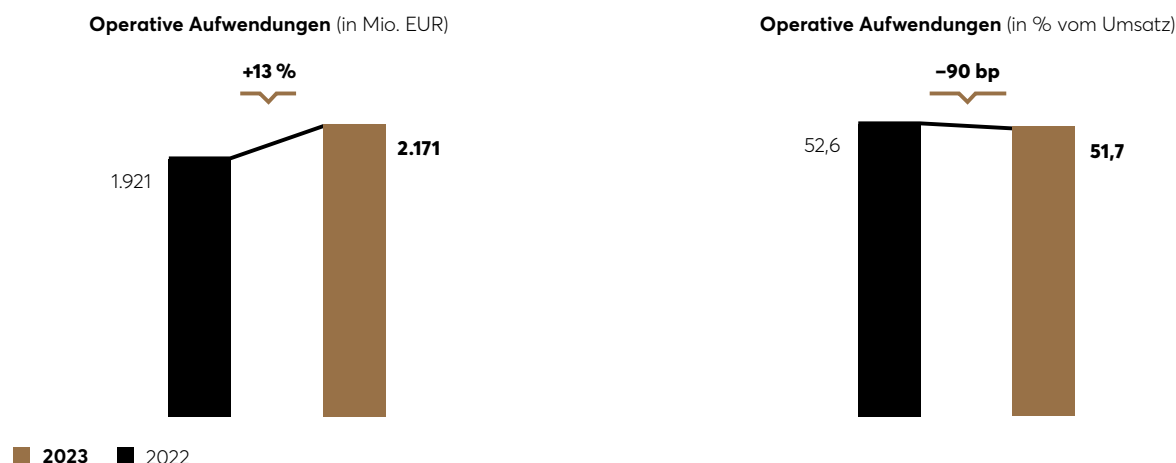
ENTWICKLUNG BRUTTOERTRAG UND BRUTTOMARGE



Die **operativen Aufwendungen** erhöhten sich im Geschäftsjahr 2023 um 13 %, was sowohl auf einen Anstieg der Vertriebs- und Marketingaufwendungen als auch auf höhere Verwaltungsaufwendungen zurückzuführen ist. Im Verhältnis zum Umsatz reduzierten sich die operativen Aufwendungen hingegen um 90 Basispunkte auf ein Niveau von 51,7 % (2022: 52,6 %). Weitere Effizienzsteigerungen, insbesondere im stationären Einzelhandel, konnten dabei wichtige Investitionen in das Geschäft im Rahmen von „CLAIM 5“ mehr als ausgleichen.

> Konzernanhang, Textziffer 2, 3 und 9

ENTWICKLUNG OPERATIVE AUFWENDUNGEN



Die **Vertriebs- und Marketingaufwendungen** stiegen im Vergleich zum Vorjahr um 13 %, was vor allem auf einen Anstieg der Logistik-, der variablen Miet- und der Personalaufwendungen angesichts der starken Umsatzdynamik zurückzuführen ist. Darüber hinaus steht die Entwicklung auch im Zusammenhang mit höheren **Marketinginvestitionen**, die im Wesentlichen die erfolgreichen Markenkampagnen und Fashionevents von BOSS und HUGO im Jahresverlauf widerspiegeln. Insgesamt stiegen die Marketingaufwendungen um 14 % auf 328 Mio. EUR, was 7,8 % des Konzernumsatzes entspricht (2022: 288 Mio. EUR; 7,9 % des Umsatzes). Somit lagen die Marketingaufwendungen im Einklang mit dem im Rahmen von „CLAIM 5“ formulierten

Zielkorridor von 7 % bis 8 %. Die Aufwendungen für das **stationäre Einzelhandelsgeschäft** beliefen sich im Geschäftsjahr 2023 auf 870 Mio. EUR, was einem Anstieg von 8 % gegenüber dem Vorjahr entspricht (2022: 807 Mio. EUR). Im Verhältnis zum Umsatz sanken die Aufwendungen für das stationäre Einzelhandelsgeschäft hingegen um 140 Basispunkte auf ein Niveau von 20,7 % (2022: 22,1%). Insgesamt reduzierten sich die Vertriebs- und Marketingaufwendungen im Verhältnis zum Umsatz um 60 Basispunkte auf ein Niveau von 41,6 % (2022: 42,1%). > **Konzernanhang, Textziffer 2, > Konzernstrategie, „Boost Brands“**

Die **Verwaltungsaufwendungen** lagen im Berichtszeitraum 11 % über dem Vorjahr. Diese Entwicklung ist vor allem auf höhere Personalaufwendungen und einen Anstieg der Investitionen in den Digitalbereich, die jeweils die erfolgreiche Umsetzung von „CLAIM 5“ unterstützen sollen, sowie auf die allgemeine Kosteninflation zurückzuführen. In diesem Zusammenhang verzeichneten die **allgemeinen Verwaltungsaufwendungen** einen Anstieg um 11 % auf 336 Mio. EUR (2022: 302 Mio. EUR), während auch die im Rahmen der Kollektionserstellung anfallenden **Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen** um 11 % auf 89 Mio. EUR zulegten (2022: 81 Mio. EUR). Insgesamt sanken die Verwaltungsaufwendungen im Verhältnis zum Umsatz um 30 Basispunkte auf ein Niveau von 10,1 % (2022: 10,5 %). > **Konzernanhang, Textziffer 3, > Produktentwicklung und -innovation**

Das **operative Ergebnis (EBIT)** erhöhte sich im Geschäftsjahr 2023 um 22 % auf 410 Mio. EUR (2022: 335 Mio. EUR). Diese Entwicklung ist auf die starke Umsatzentwicklung zurückzuführen, die es dem Unternehmen ermöglichte, trotz der anhaltenden Investitionen in das Geschäft sowie der leicht rückläufigen Bruttomarge einen unterproportionalen Anstieg der operativen Aufwendungen zu erzielen. Infolgedessen legte auch die **EBIT-Marge** des Konzerns spürbar zu und lag mit 9,8 % um 60 Basispunkte über dem Vorjahreswert (2022: 9,2 %). Währungseffekte haben das EBIT im Geschäftsjahr 2023 leicht negativ beeinflusst.

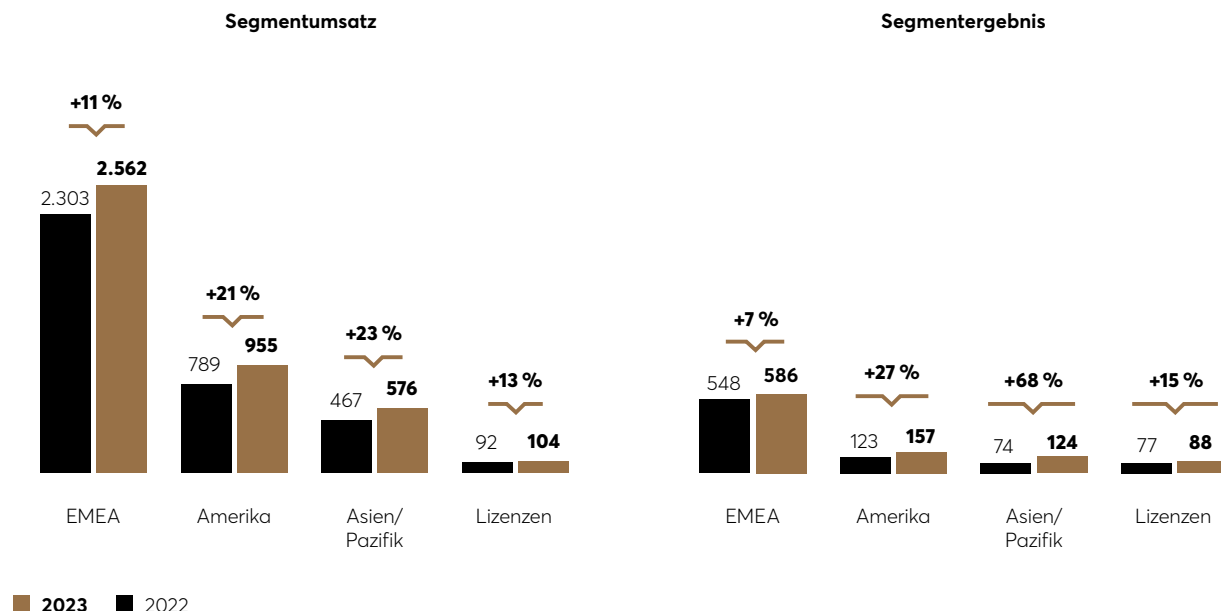
ENTWICKLUNG EBIT UND EBIT-MARGE



Die **Abschreibungen** lagen mit 342 Mio. EUR in etwa auf dem Niveau des Vorjahres (2022: 345 Mio. EUR). Die **Nettofinanzaufwendungen (Finanzergebnis)** beliefen sich im Geschäftsjahr 2023 auf 53 Mio. EUR und lagen damit 7 % über dem Vorjahresniveau (2022: 50 Mio. EUR). So verzeichnete das Unternehmen höhere Zinsaufwendungen bei der Bilanzierung von Leasingverträgen nach IFRS 16, was das insgesamt höhere Zinsniveau widerspiegelt. Die **Konzernsteuerquote** lag leicht über dem Vorjahr und normalisierte sich somit schrittweise auf ein Niveau von 24 %. Im Vorjahr hatten geringer als erwartet ausfallende Steuernachzahlungen und die Neubewertung aktiver latenter Steuern zu einer besonders niedrigen Steuerquote geführt (2022: 22 %). Das **Konzernergebnis** belief sich im Geschäftsjahr 2023 folglich auf 270 Mio. EUR und lag damit um 22 % über dem Vorjahresniveau (2022: 222 Mio. EUR). Das auf die Anteilseigner entfallende Konzernergebnis stieg entsprechend um 23 % auf 258 Mio. EUR (2022: 209 Mio. EUR). Währungseffekte haben das Konzernergebnis im Geschäftsjahr 2023 leicht negativ beeinflusst. > **Konzernanhang, Textziffer 4 und 5**

Umsatz- und Ertragsentwicklung der Geschäftssegmente

ENTWICKLUNG SEGMENTUMSATZ UND SEGMENTERGEBNIS (IN MIO. EUR)



EMEA

In der **Region EMEA** (Europa, Naher Osten und Afrika) legten die Umsätze im Geschäftsjahr 2023 um währungsbereinigt 13 % zu. Diese Entwicklung wurde durch die erfolgreiche Umsetzung von „CLAIM 5“ angetrieben, die eine Steigerung der Markendynamik von BOSS und HUGO zur Folge hatte und damit vor allem die lokale Nachfrage stützte. Darüber hinaus zog auch das Geschäft mit internationalen Touristen im Laufe des Jahres spürbar an. Sämtliche Vertriebskanäle trugen zum Wachstum bei, wobei im **stationären Einzelhandel** Verbesserungen im hohen einstelligen Bereich erzielt wurden, während der Umsatz im **stationären Großhandel** zweistellig zulegte. Darüber hinaus setzte das **digitale Geschäft** des Unternehmens seinen zweistelligen Wachstumskurs fort.

UMSATZENTWICKLUNG EMEA (IN MIO. EUR)

	2023	In % des Umsatzes	2022	In % des Umsatzes	Veränderung in %	Währungsbereinigte Veränderung in %
Stationärer Einzelhandel	1.133	44	1.074	47	6	7
Stationärer Großhandel	813	32	716	31	13	16
Digital	616	24	513	22	20	22
Gesamt	2.562	100	2.303	100	11	13

Besonders stark war die Dynamik in den europäischen Kernmärkten sowie in den Emerging Markets. **Deutschland** verzeichnete zweistellige Umsatzverbesserungen, was ein breit angelegtes Wachstum über alle Vertriebskanäle hinweg widerspiegelt. Auch in **Frankreich** legten die Umsätze zweistellig zu, wobei auch hier sämtliche Kanäle zum Wachstum beitrugen. Der Umsatz im **Vereinigten Königreich** blieb aufgrund einer besonders starken Vergleichsbasis leicht unter dem Niveau des Vorjahres. Diese Entwicklung spiegelt auch das insgesamt zunehmend schwierige Marktumfeld wider, das zu einer Abschwächung der lokalen Verbraucherstimmung führte. Gleichzeitig blieb die Dynamik in den **Emerging Markets**, einschließlich Osteuropa und dem Nahen Osten, während des gesamten Jahres 2023 stark, was sich in deutlich zweistelligen Verbesserungen gegenüber dem Vorjahr widerspiegelt.

Das **Segmentergebnis** in EMEA lag mit 586 Mio. EUR um 7% über dem Vorjahresniveau (2022: 548 Mio. EUR), was einer EBIT-Marge von 22,9% (2022: 23,8%) entspricht. Verbesserungen beim Umsatz wurden durch einen moderaten Rückgang der Bruttomarge und höhere operative Aufwendungen, die einen Anstieg der Marketinginvestitionen sowie höhere variable Miet-, Logistik- und Verwaltungskosten widerspiegeln, mehr als kompensiert. > **Konzernanhang, Textziffer 24**

Amerika

In der Region **Amerika** belief sich das Umsatzplus im Geschäftsjahr 2023 auf währungsbereinigt 23%. Diese Entwicklung spiegelt vor allem die verbesserte Wahrnehmung von BOSS und HUGO infolge der erfolgreichen Implementierung der 24/7-Markenimages im Rahmen unserer „CLAIM 5“-Strategie wider, vor allem im wichtigen US-Markt. Beide Marken haben ihre Sichtbarkeit in wichtigen Department Stores erfolgreich ausgebaut, was zu weiteren Marktanteilsgewinnen im Geschäftsjahr 2023 geführt hat. Aus Vertriebskanalsicht war das regionale Wachstum breit angelegt, was sich in zweistelligen Umsatzverbesserungen im **stationären Einzelhandel**, im **stationären Großhandel** und in unserem **digitalen Geschäft** widerspiegelt.

UMSATZENTWICKLUNG AMERIKA (IN MIO. EUR)

	2023	In % des Umsatzes	2022	In % des Umsatzes	Veränderung in %	Währungsbereinigte Veränderung in %
Stationärer Einzelhandel	648	68	551	70	18	20
Stationärer Großhandel	182	19	150	19	21	23
Digital	125	13	89	11	41	45
Gesamt	955	100	789	100	21	23

Die Dynamik wurde von zweistelligen Wachstumsraten in sämtlichen Märkten beflügelt. In den **USA**, dem größten Markt für HUGO BOSS, wurde die Umsatzentwicklung durch robustes zweistelliges Wachstum entlang sämtlicher Kundenkontaktpunkte angetrieben. Während **Kanada** eine ähnliche Entwicklung verzeichnete, setzte HUGO BOSS seine besonders starke Umsatzdynamik in **Lateinamerika** fort, die ebenfalls ein breites Wachstum über sämtliche Kanäle hinweg widerspiegelt.

Das Segmentergebnis in **Amerika** belief sich im Geschäftsjahr 2023 auf 157 Mio. EUR (2022: 123 Mio. EUR), was einem Anstieg der EBIT-Marge um 80 Basispunkte auf 16,4% entspricht (2022: 15,6%). Neben starken Verbesserungen beim Umsatz wurde diese Entwicklung durch einen robusten Anstieg der Bruttomarge unterstützt. > **Konzernanhang, Textziffer 24**

Asien/Pazifik

Die Umsatzentwicklung in der Region **Asien/Pazifik** hat sich im Geschäftsjahr 2023 mit einem währungsbereinigten Plus von 32 % deutlich beschleunigt. Getragen wurde diese Entwicklung von einer starken Performance in Südostasien & Pazifik sowie einer spürbaren Erholung unseres Geschäfts in China nach dem Aufheben der COVID-19-bedingten Restriktionen Anfang 2023. Alle drei Vertriebskanäle – der **stationäre Einzelhandel**, der **stationäre Großhandel** sowie das **digitale Geschäft** – verzeichneten zweistellige Umsatzsteigerungen.

UMSATZENTWICKLUNG ASIEN/PAZIFIK (IN MIO. EUR)

	2023	In % des Umsatzes	2022	In % des Umsatzes	Veränderung in %	Währungsbereinigte Veränderung in %
Stationärer Einzelhandel	481	83	392	84	23	31
Stationärer Großhandel	39	7	29	6	36	41
Digital	56	10	47	10	21	28
Gesamt	576	100	467	100	23	32

Im Zuge der Wiedereröffnung des chinesischen Marktes nach Aufhebung der COVID-19-bedingten Restriktionen Anfang 2023, verzeichnete unser Geschäft in **China** eine spürbare Erholung, die zu deutlich zweistelligen Umsatzverbesserungen im Geschäftsjahr 2023 führte. Diese Entwicklung wurde durch ein breit angelegtes Wachstum entlang sämtlicher Kundenkontaktpunkte getragen. Neben einer deutlichen Verbesserung auf dem chinesischen Festland hat auch das Geschäft in Hongkong und Macau spürbar zugelegt, was vor allem auf eine allmähliche Erholung des Tourismus zurückzuführen ist. Gleichzeitig verzeichnete auch **Südostasien & Pazifik** im Geschäftsjahr 2023 robuste zweistellige Umsatzverbesserungen, einschließlich stark zweistelliger Zuwächse in Japan.

Das **Segmentergebnis** in der Region Asien/Pazifik lag mit 124 Mio. EUR um 68 % über dem Vorjahresniveau (2022: 74 Mio. EUR), was zu einem Anstieg der EBIT-Marge um 570 Basispunkte auf 21,5 % führte (2022: 15,8 %). Die erheblichen Umsatzverbesserungen führten zu einem deutlich unterproportionalen Anstieg der operativen Aufwendungen, was einen leichten Rückgang der Bruttomarge mehr als ausgleichen konnte.

> **Konzernanhang, Textziffer 24**

Lizenzen

Die Umsätze im **Lizenzgeschäft** legten im Vergleich zum Vorjahr um währungsbereinigt 13 % zu. Diese Entwicklung ist vor allem auf deutlich zweistelliges Wachstum im wichtigen Bereich Düfte zurückzuführen. Letzteres spiegelt auch den starken Aufschwung des internationalen Reiseverkehrs wider, der die Umsätze im Travel-Retailgeschäft ankurbelte. Darüber hinaus baute das Unternehmen sein 24/7-Lifestyle-Angebot auch im Rahmen seines globalen Lizenzgeschäfts – unter anderem in ausgewählten Lifestyle-Bereichen wie Reitsport oder Radsport – weiter aus, was die Dynamik im Geschäftsjahr 2023 zusätzlich beflügelte.

> **Ertragslage, Umsatz nach Vertriebskanälen**

Das **Ergebnis des Segments** Lizenzen lag mit 88 Mio. EUR um 15 % über dem Niveau des Vorjahres (2022: 77 Mio. EUR). > **Konzernanhang, Textziffer 24**

Fünffjahresübersicht der Geschäftssegmente

ENTWICKLUNG SEGMENTUMSATZ (IN MIO. EUR)

	2023	2022	2021	2020	2019
EMEA	2.562	2.303	1.742	1.231	1.803
Amerika	955	789	543	308	560
Asien/Pazifik	576	467	423	343	438
Lizenzen	104	92	77	64	84

ENTWICKLUNG SEGMENTERGEBNIS (IN MIO. EUR)

	2023	2022	2021	2020	2019
EMEA	586	548	347	87	456
Amerika	157	123	61	-97	60
Asien/Pazifik	124	74	74	32	94
Lizenzen	88	77	63	54	70

VERMÖGENSLAGE

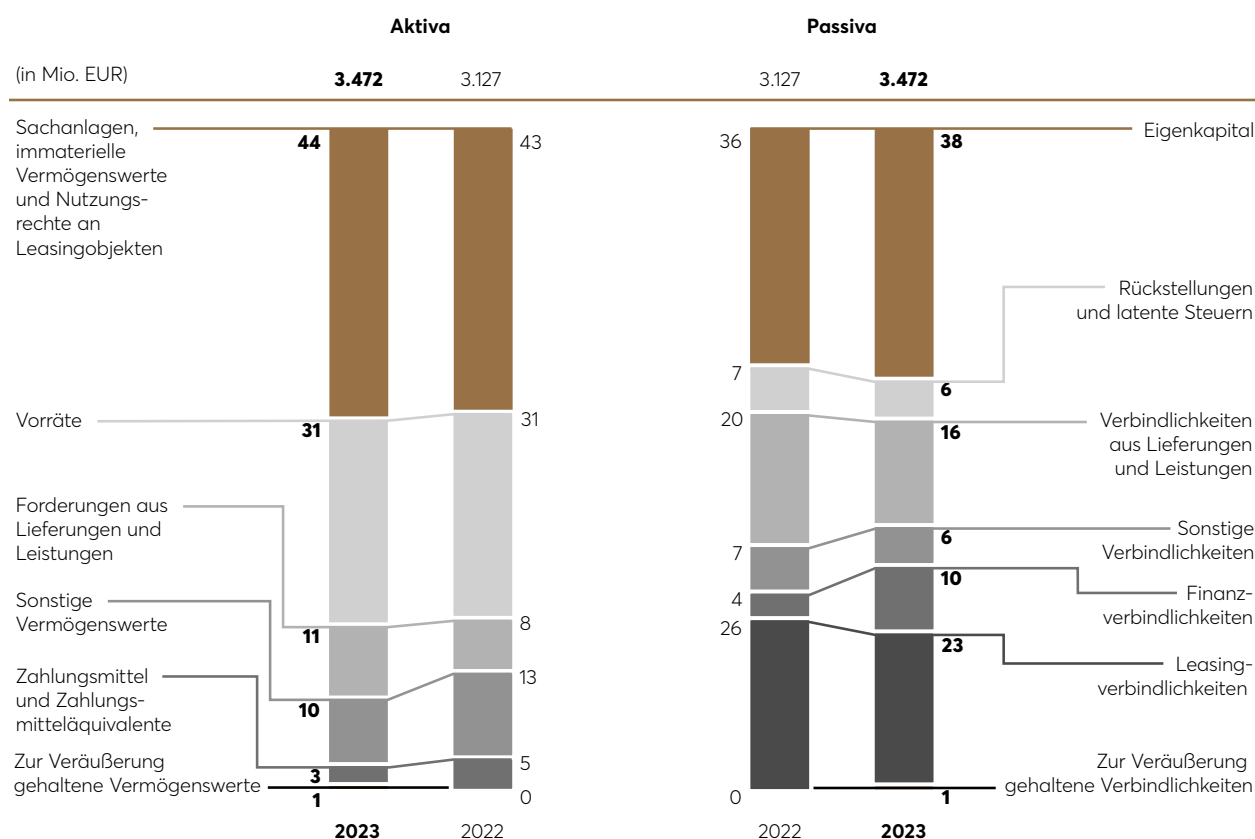
Anstieg der Bilanzsumme reflektiert starke Geschäftsentwicklung in 2023

Höhere Vorratsposition zur Unterstützung der Umsatzdynamik

Kurzfristiges operatives Nettovermögen im Verhältnis zum Umsatz beträgt 20,8 %

Die **Bilanzsumme** erhöhte sich zum Jahresende um 11% auf 3.472 Mio. EUR (31. Dezember 2022: 3.127 Mio. EUR). Diese Entwicklung ist auf höhere Investitionen in kurz- und langfristige Vermögenswerte zurückzuführen, mit dem Ziel, die Umsatzdynamik des Unternehmens und die erfolgreiche Umsetzung von „CLAIM 5“ auch in Zukunft zu unterstützen.

BILANZSTRUKTUR ZUM 31. DEZEMBER (IN %)



Der **Anteil der kurzfristigen Vermögenswerte** erhöhte sich zum 31. Dezember 2023 geringfügig auf 52 % (31. Dezember 2022: 51 %), was im Wesentlichen auf das höhere kurzfristige operative Nettovermögen zurückzuführen ist. Entsprechend sank der **Anteil der langfristigen Vermögenswerte** zum Jahresende leicht auf 48 % (31. Dezember 2022: 49 %). Die **Eigenkapitalquote** erhöhte sich zum Jahresende auf 38 % (31. Dezember 2022: 36 %). > **Konzernabschluss, Konzernbilanz**

KURZFRISTIGES OPERATIVES NETTOVERMÖGEN ZUM 31. DEZEMBER (IN MIO. EUR)

	2023	2022	Veränderung in %	Währungsbereinigte Veränderung in %
Vorräte	1.066	974	9	11
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	376	256	46	47
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	572	617	-7	-8
Kurzfristiges operatives Nettovermögen	870	613	42	46

Das **kurzfristige operative Nettovermögen (TNWC)** stieg währungsbereinigt um 46 %, wobei der gleitende Durchschnitt des **TNWC im Verhältnis zum Umsatz** auf Basis der letzten vier Quartale bei 20,8 % lag (2022: 15,0 %). Im Zuge dessen stiegen die **Vorräte** währungsbereinigt um 11 %. Der überwiegende Teil des Bestands entfällt auf Kernprodukte sowie neue Ware für aktuelle und kommende Kollektionen mit dem Ziel, die Umsatzdynamik weiter zu unterstützen. Angesichts der eingeleiteten Maßnahmen zur Reduzierung der Vorräte verzeichnete das Unternehmen gegen Ende des Geschäftsjahres 2023 eine schrittweise Normalisierung des Vorratsbestands. Infolgedessen lagen die Vorräte im Verhältnis zum Konzernumsatz bei 25,4 % und damit deutlich unter dem Vorjahresniveau (2022: 26,7 %). Vor diesem Hintergrund bleibt HUGO BOSS zuversichtlich, den Vorratsbestand bis 2025 auf ein Niveau von unter 20 % des Konzernumsatzes zu verbessern. Gleichzeitig verzeichneten die **Forderungen aus Lieferungen und Leistungen** einen Anstieg von 47 %, was vor allem auf die starke Performance im stationären und digitalen Großhandel sowie auf den weiteren Ausbau unseres globalen Franchise-Geschäfts im Rahmen von „CLAIM 5“ zurückzuführen ist. Die **Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen** lagen hingegen leicht unter dem Niveau des Vorjahres. Dies ist in erster Linie auf ein geringeres Auftragsvolumen im Rahmen unserer Maßnahmen zur Reduzierung des Bestands an Kernprodukten zurückzuführen, das positive Effekte aus der gestiegenen Inanspruchnahme unseres Supplier-Financing-Programms mehr als kompensierte. > **Konzernanhang, Textziffer 12 und 13**

Der Bestand an **Sachanlagen, immateriellen Vermögenswerten und Nutzungsrechten an Leasingobjekten** erhöhte sich im Vergleich zum Vorjahr um 12 % auf 1.521 Mio. EUR (2022: 1.356 Mio. EUR). Der Anstieg reflektiert vor allem das anhaltend hohe Investitionsniveau, das die erfolgreiche Umsetzung von „CLAIM 5“ auch in Zukunft unterstützen soll. Die **sonstigen Vermögenswerte** lagen mit 363 Mio. EUR um 8 % unter dem Niveau des Vorjahres (2022: 393 Mio. EUR), was vor allem auf einen Rückgang der aktiven latenten Steuern zurückzuführen ist. Die **Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente** summierten sich zum Jahresende auf 118 Mio. EUR (2022: 147 Mio. EUR). Wie bereits im Jahresverlauf kommuniziert, überprüft HUGO BOSS derzeit sein Geschäftsmodell in Russland. Dies schließt Überlegungen ein, dieses in ein Großhandelsgeschäft zu überführen. Infolgedessen hat das Unternehmen diesbezüglich sämtliche Vermögenswerte in Höhe von 27 Mio. EUR zum 31. Dezember 2023 als **zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte** klassifiziert. > **Konzernanhang, Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden, Textziffer 8 und 14**

Die Summe der **kurz- und langfristigen Leasingverbindlichkeiten**, die hauptsächlich im Zusammenhang mit der Anmietung von Einzelhandelsstandorten, Logistik- und Verwaltungsimmobilien stehen, reduzierten sich zum Bilanzstichtag um 1% auf 793 Mio. EUR (31. Dezember 2022: 804 Mio. EUR). Die **kurz- und langfristigen Finanzverbindlichkeiten** lagen zum Jahresende bei 340 Mio. EUR (31. Dezember 2022: 122 Mio. EUR), einschließlich 175 Mio. EUR aus dem im Jahr 2023 platzierten ersten Schuldscheindarlehen des Unternehmens. Der Posten **Rückstellungen und passive latente Steuern** lag mit 220 Mio. EUR leicht unter dem Vorjahresniveau (31. Dezember 2022: 225 Mio. EUR). Die **sonstigen Verbindlichkeiten** beliefen sich zum Geschäftsjahresende auf 216 Mio. EUR und lagen damit 3% unter dem Vorjahreswert (31. Dezember 2022: 223 Mio. EUR), hauptsächlich aufgrund geringerer Ertragsteuerverbindlichkeiten. Die **zur Veräußerung gehaltenen Verbindlichkeiten**, die im Zusammenhang mit dem Geschäft in Russland stehen, beliefen sich zum 31. Dezember 2023 auf 19 Mio. EUR. > **Konzernanhang, Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden, Textziffer 9, 17, 19 und 20, > Finanzlage, Kapitalstruktur und Finanzierung**

FINANZLAGE

Konsortialkredit mit ESG-Bezug bietet hohes Maß an finanzieller Flexibilität

HUGO BOSS erlässt 175 Mio. EUR durch erstmalige Schuld-scheintransaktion

Modernisierung und Optimierung des Storennetzwerks bildet Schwerpunkt der Investitionstätigkeit

Grundsätze und Ziele des Finanzmanagements

Das **unternehmensweite Finanzmanagement** wird zentral durch die Konzern-Treasury-Abteilung gesteuert. Zu den übergeordneten Zielen gehören die Sicherung der finanziellen Stabilität und Flexibilität, die Gewährleistung der jederzeitigen Zahlungsfähigkeit sowie die Steuerung finanzieller Risiken. Dabei umfasst das unternehmensweite Finanzmanagement neben der Konzernfinanzierung das Cash- und Liquiditätsmanagement, das Management von Marktpreisrisiken sowie das Management von Kontrahentenrisiken. Konzernweit gültige **Treasury-Grundsätze** regeln dabei sämtliche treasuryrelevanten Sachverhalte wie etwa die Genehmigung von Bankbeziehungen, den Umgang mit Finanzierungsvereinbarungen, das Liquiditäts- und Anlagemanagement sowie das Management von Währungs- und Zinsrisiken.

Bei der Auswahl der Finanzierungsinstrumente im Rahmen der **Konzernfinanzierung** werden Faktoren wie die Marktkapazität, Finanzierungskosten, Kreditauflagen und Fälligkeiten berücksichtigt. Externe Kredite zur Konzernfinanzierung werden im Rahmen eines „**Inhouse-Bank**“-Konzepts zentral und überwiegend in der Konzernwährung Euro aufgenommen. Der Finanzierungsbedarf der Konzerngesellschaften wird im Wesentlichen über unternehmensinterne Darlehen in der jeweiligen Landeswährung gedeckt. Dadurch sollen Größenvorteile genutzt und Kapitalkosten minimiert werden. Vereinzelt werden zudem Kreditlinien mit lokalen Banken vereinbart, um rechtlichen, steuerlichen oder sonstigen Rahmenbedingungen Rechnung zu tragen. Die Finanzverbindlichkeiten des Konzerns sind generell unbesichert und gegebenenfalls mit marktüblichen Verpflichtungen verbunden, die quartalsweise überprüft werden.

Die wichtigste Liquiditätsquelle von HUGO BOSS stellen die Mittelzuflüsse aus der operativen Geschäftstätigkeit dar. Im Zuge des **Cash- und Liquiditätsmanagements** optimiert und zentralisiert die Konzern-Treasury-Abteilung diese Zahlungsströme. Die Konzerngesellschaften transferieren überschüssige Liquidität etwa im Rahmen eines Cash-Pooling-Verfahrens an die „Inhouse-Bank“. So können Liquiditätsüberschüsse einzelner Konzerngesellschaften zur Deckung des Finanzierungsbedarfs anderer genutzt werden. Dieser unternehmensinterne Finanzausgleich reduziert den externen Finanzierungsbedarf und optimiert so Zinsaufwendungen.

Ziel des **Managements von Marktpreisrisiken** ist es, die Auswirkungen von Zins- und Währungsschwankungen auf den Cashflow zu begrenzen. Der Einsatz von Hedging-Instrumenten, zu denen etwa Devisentermingeschäfte, Devisenswaps, Plain-Vanilla-Optionen oder Zinsswaps gehören, soll HUGO BOSS gegen unvorteilhafte Zins- und Währungsentwicklungen absichern. > **Risikobericht, Finanzielle Risiken**

Das **Kontrahentenrisiko** gegenüber Banken entsteht im Wesentlichen durch die Anlage liquider Mittel im Rahmen des Cash- und Liquiditätsmanagements sowie beim Abschluss derivativer Finanzinstrumente im Zuge des Zins- und Währungsmanagements. Bei Handelsgeschäften achtet HUGO BOSS auf eine möglichst breite Streuung der Volumen sowie darauf, Finanzinstrumente generell nur mit Kontrahenten sehr guter Bonität abzuschließen.

Kapitalstruktur und Finanzierung

Im Juni 2022 erhielt HUGO BOSS von den Rating-Agenturen S&P und Moody's starke **erstmalige Investment-Grade-Ratings**. Während S&P HUGO BOSS mit „BBB“ und stabilem Ausblick einstuft, erteilte Moody's dem Unternehmen ein „Baa2“-Rating mit ebenfalls stabilem Ausblick. Beide Ratings wurden Mitte 2023 bestätigt. Damit zählt HUGO BOSS zu den am besten bewerteten Unternehmen der globalen Premium-Bekleidungsbranche. Diese beiden starken Investment-Grade-Ratings sind ein klarer Beleg für die Markenstärke, die äußerst solide Finanzlage und die attraktiven langfristigen Wachstumschancen von HUGO BOSS und **stärken somit die finanzielle Flexibilität des Unternehmens**.

Die wichtigste Komponente in der Finanzierungsstruktur von HUGO BOSS ist ein an Nachhaltigkeitskriterien (Environment, Social, Governance; ESG) gebundener **revolvierender Konsortialkredit** in Höhe von 600 Mio. EUR, der dem Unternehmen zusätzlichen finanziellen Spielraum für die erfolgreiche Umsetzung von „CLAIM 5“ sichert. Der Kredit kann für allgemeine Unternehmenszwecke und Avale in Anspruch genommen werden. Der im November 2021 abgeschlossene Kredit hat eine Laufzeit von drei Jahren und beinhaltet zwei Optionen zur Laufzeitverlängerung um jeweils ein Jahr sowie eine Option zur Erhöhung des Kreditvolumens um bis zu 300 Mio. EUR. Beide Verlängerungsoptionen wurden bereits erfolgreich ausgeübt. Der Kreditvertrag enthält eine marktübliche Vereinbarung zur Einhaltung des **Verschuldungsgrads** (Covenant), der als Verhältnis von Nettoverschuldung (inklusive Leasingverbindlichkeiten gemäß IFRS 16) zu EBITDA definiert ist. Zum 31. Dezember 2023 belief sich der Verschuldungsgrad auf 1,3 und lag damit in etwa auf dem Niveau des Vorjahres sowie deutlich unter dem maximal zulässigen Höchstwert (31. Dezember 2022: 1,1). Der Konsortialkredit basiert auf variablen Zinssätzen mit entsprechenden Kreditmargen in Abhängigkeit von der externen Bonität und der Erfüllung fest definierter **ESG-Kriterien**. Zum Ende des Geschäftsjahres 2023 wurde der Konsortialkredit mit 92 Mio. EUR in **Anspruch** genommen, wovon 83 Mio. EUR für allgemeine Unternehmenszwecke und 9 Mio. EUR für Avalkredite verwendet wurden (31. Dezember 2022: Inanspruchnahme von 82 Mio. EUR, davon 22 Mio. EUR für Avalkredite, 60 Mio. EUR für das Supplier-Financing-Programm).

Um der anhaltend hohen Nachfrage nach seinem **Supplier-Financing-Programm** gerecht zu werden, hat HUGO BOSS dieses im Geschäftsjahr 2023 entsprechend ausgeweitet. Neben dem bestehenden Einzelbankprogramm hat das Unternehmen im abgelaufenen Geschäftsjahr zusätzlich eine separate bankenunabhängige Plattform angebunden. In diesem Zusammenhang hat sich das kombinierte Kreditvolumen für beide Programme auf 251 Mio. EUR erhöht (31. Dezember 2022: 120 Mio. EUR), wobei zum Jahresende 107 Mio. EUR in Anspruch genommen wurden (31. Dezember 2022: 60 Mio. EUR).

Im Oktober 2023 hat HUGO BOSS erstmalig ein **Schuldscheindarlehen** platziert. Angesichts der hohen Nachfrage erreichte der Schuldschein ein Gesamtvolumen von 175 Mio. EUR und übertraf damit das ursprünglich geplante Emissionsvolumen von 100 Mio. EUR deutlich. Das Schuldscheindarlehen umfasst vier Tranchen mit Laufzeiten von drei und fünf Jahren, die jeweils mit fixer und variabler Verzinsung angeboten

wurden. Der Erlös aus dem Schuldschein dient allgemeinen Unternehmenszwecken und damit insbesondere der Finanzierung weiterer Investitionen im Rahmen von „CLAIM 5“. Dazu gehören vor allem Investitionen in unser globales Logistiknetzwerk im Rahmen des strategischen Claims „Organize for Growth“.

Zur weiteren Liquiditätssicherung verfügt HUGO BOSS über fest zugesagte und nicht fest zugesagte **bilaterale Kreditlinien** in Höhe von 153 Mio. EUR (31. Dezember 2022: 191 Mio. EUR), von denen zum Ende des Berichtszeitraums 63 Mio. EUR beansprucht wurden (31. Dezember 2022: 102 Mio. EUR). Daneben verfügte HUGO BOSS zum Bilanzstichtag über 118 Mio. EUR **liquide Mittel** (31. Dezember 2022: 147 Mio. EUR). [> Konzernanhang, Textziffer 14, > Finanzlage, Kapitalflussrechnung und Free Cashflow](#)

Insgesamt belief sich das **Fremdkapital** zum Geschäftsjahresende auf 2.161 Mio. EUR (31. Dezember 2022: 1.991 Mio. EUR), was einem Anteil an der Bilanzsumme von 62% entspricht (31. Dezember 2022: Anteil von 64%). Davon entfielen 793 Mio. EUR auf **kurz- und langfristige Leasingverbindlichkeiten** (31. Dezember 2022: 804 Mio. EUR), die hauptsächlich im Zusammenhang mit der Anmietung von Einzelhandelsstandorten, Logistik- und Verwaltungsimmobiliien stehen. Die **kurz- und langfristigen Finanzverbindlichkeiten** summierten sich zum Geschäftsjahresende auf 340 Mio. EUR (31. Dezember 2022: 122 Mio. EUR), einschließlich der Erlöse aus dem Schuldscheindarlehen in Höhe von 175 Mio. EUR. [> Vermögenslage, > Konzernanhang, Textziffer 9 und 20](#)

Kapitalflussrechnung und Free Cashflow

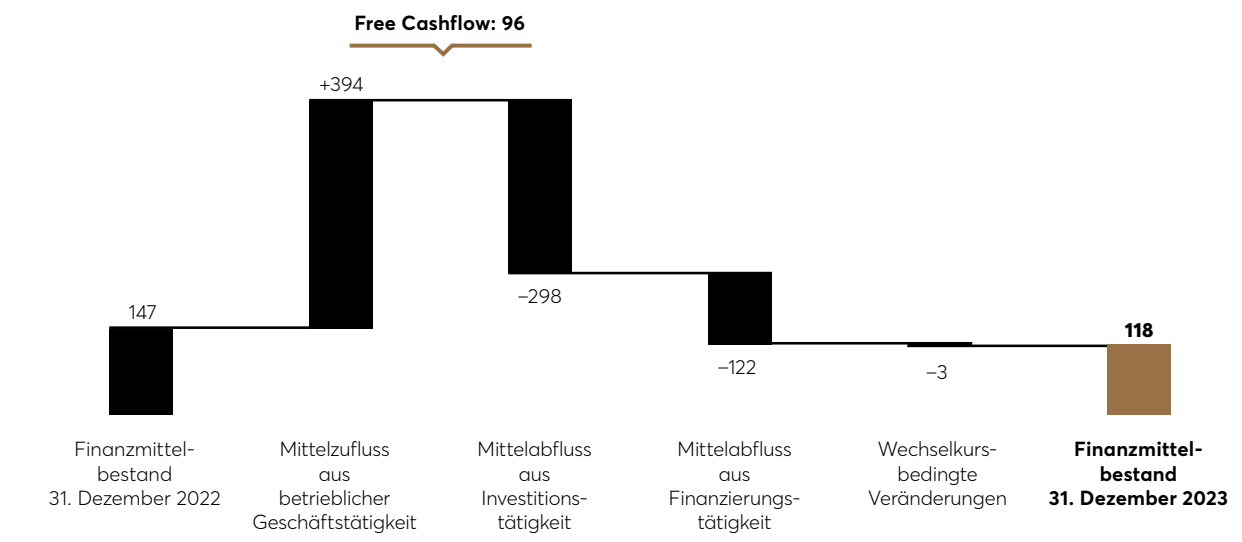
KAPITALFLUSSRECHNUNG¹ (IN MIO. EUR)

	2023	2022
Mittelzufluss aus betrieblicher Geschäftstätigkeit	394	357
Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit	-298	-192
Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit	-122	-307
Veränderung Finanzmittelbestand	-29	-137
Finanzmittelbestand am Anfang der Periode	147	285
Finanzmittelbestand am Ende der Periode	118	147

¹ Aufgrund der währungsbereinigten Darstellung der Kapitalflussrechnung lassen sich die Werte nicht aus der Konzernbilanz ableiten. Der betrachtete Finanzmittelbestand entspricht der Bilanzposition „Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente“.

Der **Free Cashflow** belief sich im Geschäftsjahr 2023 auf 96 Mio. EUR (2022: 166 Mio. EUR). Der Rückgang gegenüber dem Vorjahr spiegelt vor allem die deutliche Erhöhung unserer Investitionen wider, die durch Verbesserungen beim EBIT nur teilweise kompensiert wurden. Der Free Cashflow ermittelt sich als Summe aus Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit und Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit.

VERÄNDERUNG DES FINANZMITTELBESTANDS (IN MIO. EUR)



Der **Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit** lag mit 394 Mio. EUR um 10 % über dem Vorjahresniveau (2022: 357 Mio. EUR), was hauptsächlich Verbesserungen beim EBIT widerspiegelt. Das kurzfristige operative Nettovermögen hatte hingegen keinen wesentlichen Einfluss auf die Entwicklung des Cashflows im Jahr 2023. Der deutliche Anstieg des **Mittelabflusses aus Investitionstätigkeit** auf 298 Mio. EUR (2022: 192 Mio. EUR) reflektiert vor allem die gestiegenen Investitionen im Geschäftsjahr 2023. Letztere zielen in erster Linie darauf ab, die erfolgreiche Umsetzung von „CLAIM 5“ durch verstärkte Investitionen in das globale Storenetzwerk, die weitere Digitalisierung des Geschäftsmodells sowie die Ausweitung unserer globalen Logistikkapazitäten zu unterstützen. > **Finanzlage, Investitionen**

Der **Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit** lag mit 122 Mio. EUR unter dem Niveau des Vorjahres (2022: 307 Mio. EUR), was hauptsächlich auf den höheren Mittelzufluss im Zusammenhang mit dem erstmals platzierten Schulschein des Unternehmens im Jahr 2023 zurückzuführen ist. > **Finanzlage, Kapitalstruktur und Finanzierung**

Nettofinanzposition

Die **Nettofinanzposition** ergibt sich als Summe aller Finanz- und Leasingverbindlichkeiten abzüglich des Finanzmittelbestands. **Ohne Berücksichtigung der Auswirkungen des IFRS 16** belief sich die Nettofinanzposition von HUGO BOSS zum Ende des Geschäftsjahres 2023 auf minus 213 Mio. EUR (31. Dezember 2022: plus 38 Mio. EUR). **Unter Berücksichtigung der Auswirkungen des IFRS 16** belief sich die Nettofinanzposition zum Ende des Geschäftsjahres 2023 auf minus 1.006 Mio. EUR (31. Dezember 2022: minus 767 Mio. EUR).

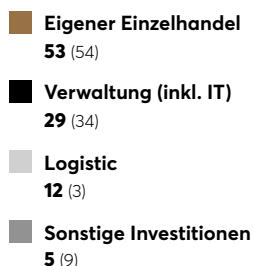
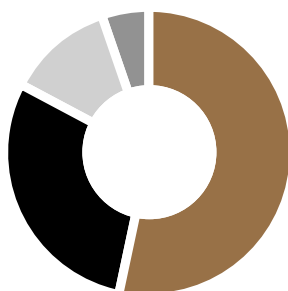
> **Finanzlage, Kapitalstruktur und Finanzierung, > Konzernanhang, Textziffer 9**

Investitionen

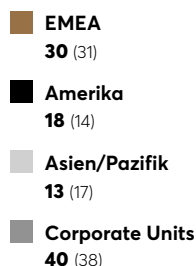
HUGO BOSS hat im abgelaufenen Geschäftsjahr insgesamt 298 Mio. EUR in **Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte** investiert, was einem deutlichen Plus von 55 % gegenüber dem Vorjahr entspricht (2022: 192 Mio. EUR). Der Anstieg der Investitionen soll die erfolgreiche Umsetzung von „CLAIM 5“ unterstützen, wobei das Unternehmen verstärkt in sein globales Storenetzwerk, die weitere Digitalisierung seines Geschäftsmodells sowie die Ausweitung seiner Logistikkapazitäten investiert. Im Verhältnis zum Umsatz beliefen sich die Investitionen folglich auf 7,1 % (2022: 5,2 %) und lagen damit am oberen Ende des im Rahmen der Unternehmensstrategie „CLAIM 5“ dargelegten mittelfristigen Zielkorridors (2023–2025: 6 % bis 7 % des Umsatzes).

INVESTITIONEN (IN %)

Nach Funktionsbereichen



Nach Regionen



2023 (2022)

Im Einklang mit unserem strategischen Claim „Drive Omnichannel“ möchten wir das Potenzial unseres **stationären Einzelhandels** in den kommenden Jahren voll ausschöpfen. Der **Optimierung und Modernisierung** unseres weltweiten Storenetzwerks kommt dabei eine Schlüsselrolle zu. So planen wir, zwischen 2021 und 2025 insgesamt 600 Mio. EUR in die weitere Optimierung und Modernisierung unseres Storenetzwerkes zu investieren. Unsere **neuesten Storekonzepte** sollen einen wesentlichen Beitrag zur Aufwertung unserer Verkaufspunkte leisten. Bis zum Jahresende 2023 wurden bereits rund 200 unserer freistehenden BOSS und HUGO Stores umfassend modernisiert oder mit den neuesten Storekonzepten ausgestattet, darunter wichtige BOSS Halo Stores in Dubai und London. Mit 157 Mio. EUR entfiel auch im Geschäftsjahr 2023 der Großteil der Investitionssumme auf das eigene Einzelhandelsgeschäft (2022: 104 Mio. EUR). Die Investitionen in die kontinuierliche **Optimierung und Modernisierung bestehender Standorte** beliefen sich dabei auf 118 Mio. EUR (2022: 79 Mio. EUR). Gleichzeitig haben wir 40 Mio. EUR in die **Eröffnung neuer Einzelhandelsgeschäfte** in allen drei Regionen investiert (2022: 25 Mio. EUR), darunter neue BOSS und HUGO Stores in Mailand (Italien) und Guangzhou (China). > **Konzernstrategie, „Drive Omnichannel“**

Die Investitionen in den **Verwaltungsbereich** beliefen sich im abgelaufenen Geschäftsjahr auf 88 Mio. EUR (2022: 65 Mio. EUR). Darin enthalten sind insbesondere Investitionen in unsere globale **IT-Infrastruktur** in Höhe von 55 Mio. EUR (2022: 47 Mio. EUR). Diese stehen, ganz im Sinne des strategischen Claims „Lead in Digital“, vorwiegend im Zusammenhang mit der weiteren Digitalisierung des Geschäftsmodells. Dazu zählen wichtige digitale Initiativen des HUGO BOSS Digital Campus oder aber die unternehmensweite, mehrjährige Einführung eines neuen ERP-Systems. Gleichzeitig haben wir 2023 die Investitionen in den Ausbau und die Weiterentwicklung unserer Konzernzentrale in Metzingen (Deutschland) erhöht. Im Rahmen unserer Wachstumsstrategie „CLAIM 5“ wollen wir auch verstärkt in die Ausweitung unserer weltweiten **Logistikkapazitäten** investieren. So beliefen sich die Investitionen in diesem Zusammenhang im abgelaufenen Geschäftsjahr auf 36 Mio. EUR (2022: 5 Mio. EUR). Darin enthalten sind auch erste Ausgaben für den Ausbau unseres Distributionszentrums in der Nähe unseres Firmensitzes in Metzingen, der 2026 fertiggestellt werden soll. **Sonstige Investitionen** in die Produktions- und Vertriebsstruktur des Unternehmens sowie in Forschung und Entwicklung beliefen sich 2023 auf 16 Mio. EUR und lagen damit in etwa auf dem Niveau des Vorjahres (2022: 17 Mio. EUR). > **Konzernstrategie, „Lead in Digital“, „Organize for Growth“, > Beschaffung und Produktion**

Die **kumulierten Abschreibungen** auf das Anlagevermögen unter Einbezug von aktivierten Eigenleistungen beliefen sich im Geschäftsjahr 2023 auf 1.204 Mio. EUR (2022: 1.175 Mio. EUR). Die bestehenden **Verpflichtungen aus begonnenen Investitionsvorhaben** beliefen sich zum 31. Dezember 2023 auf 33 Mio. EUR (31. Dezember 2022: 2 Mio. EUR), was hauptsächlich im Zusammenhang mit dem weiteren Ausbau unseres Logistiknetzwerks steht. > **Konzernanhang, Textziffer 8**

HUGO BOSS AG

HUGO BOSS AG ist
Muttergesellschaft des
HUGO BOSS Konzerns

Leistungsbeziehungen
zu Tochtergesellschaften
prägen operative
Entwicklung

Aufstellung des Jahres-
abschlusses erfolgt nach
Regeln des HGB

Die HUGO BOSS AG ist die **Muttergesellschaft des HUGO BOSS Konzerns**. Ihr Jahresabschluss wird nach den Regeln des deutschen Handelsgesetzbuchs (HGB) aufgestellt. Neben dem operativen Geschäft beeinflusst insbesondere die Steuerung der Zentralfunktionen die Ergebnisse der HUGO BOSS AG. Wesentlicher Posten ist dabei die Weiterberechnung von Kosten für erbrachte Dienstleistungen an die Konzerngesellschaften.

Ertragslage

GEWINN-UND-VERLUST-RECHNUNG HUGO BOSS AG (IN MIO. EUR)

	2023	In % des Umsatzes	2022	In % des Umsatzes	Veränderung in %
Umsatzerlöse	2.297	100,0	1.815	100,0	27
Umsatzkosten	-1.562	-68,0	-1.277	-70,4	-22
Bruttoergebnis vom Umsatz	735	32,0	538	29,6	37
Vertriebskosten	-459	-20,0	-357	-19,7	-29
Allgemeine Verwaltungskosten	-178	-7,8	-150	-8,3	-19
Sonstige betriebliche Erträge	149	6,5	68	3,8	>100
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-96	-4,2	-115	-6,3	17
Ergebnis aus Betriebstätigkeit	151	6,6	-16	-0,9	>100
Beteiligungsergebnis	0	0,0	84	4,6	-100
Zinsergebnis	-15	-0,7	-6	(0,3)	<-100
Erträge aus Gewinnabführungsverträgen	89	3,9	81	4,5	10
Abschreibungen auf Finanzanlagen und auf Wertpapiere des Umlaufvermögens	0	0,0	0	0,0	n.a.
Ertragsteuern und sonstige Steuern	-16	-0,7	-8	-0,4	-96
Jahresüberschuss/Jahresfehlbetrag	209	9,1	136	7,5	54
Einstellung in (-)/Entnahme aus (+) anderen Gewinnrücklagen	-105	-4,6	-68	-3,7	-54
Gewinnvortrag aus dem Vorjahr	34	1,5	35	2,0	-3
Bilanzgewinn	139	6,0	103	5,7	34

Der **Umsatz** der HUGO BOSS AG setzt sich im Wesentlichen aus den in Deutschland und Österreich erzielten stationären Einzelhandels-, stationären Großhandels- und digitalen Umsätzen sowie konzerninternen Umsätzen mit internationalen Tochtergesellschaften zusammen.

UMSATZ NACH REGIONEN (IN MIO. EUR)

	2023	In % des Umsatzes	2022	In % des Umsatzes	Veränderung in %
EMEA	1.775	77	1.393	77	27
Amerika	316	14	271	15	16
Asien/Pazifik	206	9	151	8	36
Gesamt	2.297	100	1.815	100	27

Die starke Geschäftsentwicklung von HUGO BOSS im Geschäftsjahr 2023, die von der erfolgreichen Umsetzung von „CLAIM 5“ angetrieben wurde, machte sich auch bei der HUGO BOSS AG bemerkbar. So verzeichnete das Unternehmen ein Wachstum auf breiter Basis über alle Regionen hinweg, mit deutlich zweistelligen Umsatzverbesserungen in **EMEA**, **Amerika** und **Asien/Pazifik**. Auch der Umsatz der HUGO BOSS AG in **Deutschland** konnte im Vergleich zum Vorjahr spürbar zulegen.

UMSATZ NACH MARKEN (IN MIO. EUR)

	2023	In % des Umsatzes	2022	In % des Umsatzes	Veränderung in %
BOSS	1.627	71	1.281	71	27
HUGO	380	17	292	16	30
Sonstige Leistungen	289	13	242	13	20
Gesamt	2.297	100	1.815	100	27

Während beide Marken, **BOSS** und **HUGO**, unterstützt durch die anhaltende Markendynamik im Geschäftsjahr 2023 jeweils deutlich zweistellige Umsatzverbesserungen erzielten, verzeichnete das Unternehmen auch einen spürbaren Anstieg der **Umsätze aus sonstigen Leistungen**. Dieser ergab sich im Zuge höherer Weiterbelastungen konzerninterner Aufwendungen an Tochtergesellschaften, insbesondere im Zusammenhang mit Service-, IT- und Marketingleistungen.

Die **Bruttomarge** der HUGO BOSS AG lag mit 32,0% deutlich über dem Niveau des Vorjahres (2022: 29,6%), was vor allem auf geringere Frachtkosten zurückzuführen ist. Der Anstieg der **Vertriebskosten** reflektiert im Wesentlichen höhere Marketingaufwendungen sowie einen Anstieg der Logistikaufwendungen. Die **allgemeinen Verwaltungsaufwendungen** erhöhten sich im Vergleich zum Vorjahr ebenfalls, hauptsächlich aufgrund eines Anstiegs der Personalkosten im Einklang mit dem strategischen Claim „Organize for Growth“ sowie der allgemeinen Kosteninflation. Der Anstieg der **sonstigen betrieblichen Erträge** ist im Wesentlichen auf gestiegene Erlöse aus der Weiterbelastung von Kosten und Leistungen an verbundene Unternehmen zurückzuführen. Die **sonstigen betrieblichen Aufwendungen** lagen unter dem Niveau des Vorjahres und beinhalten in erster Linie Forschungs- und Entwicklungskosten sowie Forderungsabwertungen und Fremdwährungseffekte.

Das **Beteiligungsergebnis** betraf in den vergangenen Jahren vor allem den Jahresüberschuss der HUGO BOSS Trade Mark Management GmbH & Co. KG, der entsprechend den gesellschaftsvertraglichen Regelungen auf das Darlehenskonto der Kommanditistin HUGO BOSS AG gutgeschrieben wurde. Mit Wirkung zum 1. September 2023 ist die HUGO BOSS Trade Mark Management GmbH & Co. KG zu Buchwerten auf die HUGO BOSS AG angewachsen. Infolge dessen wurden die Markenrechte und alle damit verbundenen Rechte und Verbindlichkeiten auf die HUGO BOSS AG übertragen. Die globalen Marketingaktivitäten werden nun zentral am Hauptsitz in Metzingen gebündelt und umgesetzt, während die Aktivitäten innerhalb des Lizenzgeschäftes in der Betriebstätte der HUGO BOSS AG, Branch CH fortgeführt werden. Die **Erträge aus Gewinnabführungsverträgen** in Höhe von 89 Mio. EUR entfallen auf die HUGO BOSS Internationale Beteiligungs-GmbH (2022: 81 Mio. EUR).

Vermögens- und Finanzlage

Das **Anlagevermögen** der HUGO BOSS AG stieg im Vergleich zum Vorjahr um 4 % auf 1.012 Mio. EUR (31. Dezember 2022: 969 Mio. EUR), was im Wesentlichen auf eine erhöhte Investitionstätigkeit im Geschäftsjahr 2023 zurückzuführen ist.

KURZFRISTIGES OPERATIVES NETTOVERMÖGEN (IN MIO. EUR)

	2023	2022	Veränderung in %
Vorräte	262	283	-7
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	116	26	>100
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	242	236	3
Kurzfristiges operatives Nettovermögen	135	73	85

Der Rückgang der **Vorräte** spiegelt in erster Linie das geringere Auftragsvolumen im Rahmen unserer Maßnahmen zur Reduzierung des Bestands an Kernprodukten wider. Die HUGO BOSS AG fungiert als Hauptlieferant für die weltweiten Vertriebsgesellschaften des Konzerns. Die **Forderungen aus Lieferungen und Leistungen** der HUGO BOSS AG lagen deutlich über dem Vorjahresniveau, was hauptsächlich auf die starke Geschäftsentwicklung im stationären Großhandel und im digitalen Geschäft mit Partnern zurückzuführen ist. Gleichzeitig verzeichnete das Unternehmen einen leichten Anstieg der **Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen**. Bedingt durch den starken Anstieg der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen lag das **kurzfristige operative Nettovermögen (Trade Net Working Capital)** der HUGO BOSS AG zum Jahresende folglich über dem Niveau des Vorjahres.

Die **Forderungen gegen verbundene Unternehmen** lagen zum Ende des Geschäftsjahres 2023 mit 74 Mio. EUR über dem Vorjahresniveau (31. Dezember 2022: 61 Mio. EUR). Die **Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen** reduzierten sich insbesondere aufgrund der Rückzahlung von Darlehensverbindlichkeiten an die HUGO BOSS International B.V. auf 103 Mio. EUR (31. Dezember 2022: 289 Mio. EUR). Die **Rückstellungen** erhöhten sich zum Jahresende leicht auf 186 Mio. EUR, was im Wesentlichen auf höhere Marketingrückstellungen infolge der Anwachsung der HUGO BOSS Trade Mark Management GmbH & Co. KG auf die HUGO BOSS AG zurückzuführen ist (31. Dezember 2022: 154 Mio. EUR). Mit 177 Mio. EUR lagen die **Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten** zum Ende des Jahres über dem Vorjahreswert (31. Dezember 2022: 60 Mio. EUR), was im Wesentlichen auf die Erlöse aus dem Schuldscheindarlehen in Höhe von 175 Mio. EUR zurückzuführen ist.

Der **Finanzmittelbestand** – definiert als Summe aus Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten – lag zum 31. Dezember 2023 bei 2 Mio. EUR und damit in etwa auf dem Niveau des Vorjahres (31. Dezember 2022: 3 Mio. EUR). Ein höherer **Mittelzufluss aus betrieblicher Geschäftstätigkeit**, der die starke Geschäftsentwicklung widerspiegelt, wurde durch einen Anstieg des **Mittelabflusses aus Investitionstätigkeit** infolge eines Anstiegs der Investitionen größtenteils ausgeglichen.

Prognose, Risiken und Chancen

Die Erwartungen für die HUGO BOSS AG spiegeln sich aufgrund ihrer Verflechtungen mit den Konzerngesellschaften und ihrer Bedeutung für den Konzern größtenteils im Prognosebericht des Konzerns wider. Für den **Jahresüberschuss** der HUGO BOSS AG, der den wesentlichen Leistungsindikator der Gesellschaft darstellt, wird in diesem Zusammenhang für das Geschäftsjahr 2024 mit einem moderaten Anstieg gerechnet. Die Geschäftsentwicklung der HUGO BOSS AG unterliegt zudem im Wesentlichen den gleichen **Risiken und Chancen** wie die des Konzerns. Daher gelten die im Risiko- und Chancenbericht für den Konzern getroffenen Aussagen auch für die HUGO BOSS AG. > **Prognosebericht**, > **Risiko- und Chancenbericht**

PROGNOSEBERICHT

**Branchenausblick 2024
geprägt von erhöhter
makroökonomischer
Unsicherheit**

**Fokus auch in 2024
auf weiterer erfolg-
reicher Umsetzung
von „CLAIM 5“**

**Umsatz- und Ergebnis-
verbesserungen für 2024
prognostiziert**

Nachtrag

Zwischen dem Ende des Geschäftsjahres 2023 und der Aufstellung dieses Berichts am 21. Februar 2024 gab es keine wesentlichen gesamtwirtschaftlichen, sozialpolitischen, branchenbezogenen oder unternehmensspezifischen Veränderungen, die sich nach den Erwartungen des Managements maßgeblich auf die Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage des Unternehmens auswirken könnten.

Ausblick

Der folgende Bericht gibt die **Sichtweise des Managements von HUGO BOSS** hinsichtlich des erwarteten Geschäftsverlaufs im Jahr 2024 wieder und beschreibt zudem die erwartete Entwicklung der maßgeblichen konjunkturellen und branchenbezogenen Rahmenbedingungen. Dabei spiegelt er den Kenntnisstand des Managements zum Zeitpunkt der Erstellung des Berichts wider. Hierbei wird berücksichtigt, dass die tatsächliche Entwicklung im Falle des Eintretens von Risiken und Chancen, wie im Risiko- und Chancenbericht dieses Geschäftsberichts beschrieben, positiv wie negativ wesentlich von diesen Prognosen abweichen kann. HUGO BOSS übernimmt außerhalb der gesetzlich vorgeschriebenen Veröffentlichungsvorschriften keine Verpflichtung, die in diesem Prognosebericht enthaltenen Aussagen zu aktualisieren. > **Risiko- und Chancenbericht**

Konjunkturelle und branchenspezifische Entwicklungen beeinflussen maßgeblich die operative und finanzwirtschaftliche Entwicklung von HUGO BOSS. Die im weiteren Verlauf dieses Kapitels getroffenen Aussagen zum erwarteten Geschäftsverlauf basieren folglich auf bestimmten Annahmen hinsichtlich der Entwicklung der Weltwirtschaft sowie der globalen Bekleidungsindustrie. Im Jahresverlauf wird der Konzern die Entwicklung dieser Rahmenbedingungen fortlaufend überwachen, um möglichst schnell und umfassend auf etwaige Veränderungen zu reagieren.

Ausblick für die Weltwirtschaft

Für das Jahr 2024 wird ein insgesamt nur schwaches **Wachstum der Weltwirtschaft** erwartet, da sich diese weiterhin mit wesentlichen Herausforderungen konfrontiert sieht. Dazu zählen das hohe Inflations- und Zinsniveau, zunehmende geopolitische Spannungen sowie insgesamt schwache globale Handels- und Investitionsströme. Diese These wird auch vom Internationalen Währungsfonds (IWF) gestützt, der in seiner Veröffentlichung vom 30. Januar 2024 davon ausgeht, dass sich die makroökonomischen Herausforderungen und geopolitischen Spannungen zunehmend negativ auf das weltweite Geschäfts- und Verbrauchervertrauen

auswirken und somit die Weltwirtschaft belasten werden. Da die Zinssätze in den meisten Volkswirtschaften bis auf weiteres nahe ihren Höchstständen verbleiben dürften, wird erwartet, dass die Geldpolitik so lange restriktiv sein wird, bis es klare Anzeichen für einen dauerhaften Rückgang des Inflationsdrucks gibt. Die künftige Verfassung der Weltwirtschaft hängt demnach entscheidend von der erfolgreichen Kalibrierung der Geldpolitik im Laufe des Jahres ab. Gleichzeitig dürfte auch der weitere Verlauf militärischer Konflikte wie in der Ukraine und im Nahen Osten für anhaltende Unsicherheit sorgen. Nach Einschätzung des IWF wird das globale Wachstum 2024 demnach auf einem Niveau von 3,1% verweilen (2023: 3,1%). > **Risikobericht,**

Externe Risiken

Regional betrachtet rechnet der IWF für die **Eurozone** im Jahr 2024 mit einem leichten Anstieg des Wirtschaftswachstums auf 0,9% (2023: 0,5%), da die Inlandsnachfrage aufgrund von Reallohnsteigerungen und einer sich erholenden Auslandsnachfrage anziehen dürfte. Angesichts einer Verlangsamung des Lohnwachstums, des Abbaus der während der Pandemie gebildeten Ersparnisse und der Beibehaltung der restriktiven Geldpolitik der US-Notenbank wird erwartet, dass sich das Wachstum in den **USA** im Jahr 2024 auf 2,1% (2023: 2,5%) verlangsamen wird. Das Wachstum der **chinesischen Wirtschaft** wird laut IWF im Jahr 2024 4,6% betragen, damit jedoch unter dem Niveau des Vorjahres liegen (2023: 5,2%), da die Investitionen angesichts der Krise des chinesischen Immobiliensektors zurückgehen und die Sparquote der privaten Haushalte steigen dürfte.

Die mit diesen Annahmen verbundenen **Risiken und Unsicherheiten** bleiben grundsätzlich hoch. Geopolitische Spannungen sind nach wie vor eine Hauptquelle der Unsicherheit, die infolge des sich entwickelnden Konflikts im Nahen Osten und der damit verbundenen Auswirkungen auf die globalen Lieferketten weiter zugenommen hat. Darüber hinaus könnten angespannte Arbeitsmärkte und Lohnforderungen zum Ausgleich von Lebenshaltungskostensteigerungen zum anhaltenden Inflationsdruck beitragen und das Wirtschaftswachstum bremsen. Die Finanzierungskonditionen für Schwellen- und Entwicklungsländer sind weiterhin hoch und schränken somit wichtige Investitionsausgaben ein, was grundsätzlich zu einer allgemeinen Schuldenkrise in den Schwellenländern führen könnte. Für China zählen der Abschwung im Immobiliensektor sowie ein schwächerer Konsum vor dem Hintergrund des gedämpften Verbrauchervertrauens zu den wesentlichen Risiken. **Positiv** hingegen könnte sich ein robusteres Konsumverhalten auswirken, falls Haushalte die während der COVID-19-Pandemie gebildeten Ersparnisse stärker als erwartet nutzen. Dies würde jedoch auch die Hartnäckigkeit der Inflation erhöhen.

Branchenausblick

Für die **globale Bekleidungsindustrie** wird das Geschäftsjahr 2024 aller Voraussicht nach von der anhaltend hohen makroökonomischen und geopolitischen Unsicherheit geprägt sein, die die globale Verbraucherstimmung weiter belasten dürfte. In einer im November 2023 veröffentlichten gemeinsamen Studie schätzen The Business of Fashion und die Unternehmensberatung McKinsey & Company, dass das Umsatzwachstum der globalen Bekleidungsbranche (ohne Berücksichtigung des Luxussegments) im Jahr 2024 in einer Spanne von 2% bis 4% und damit in etwa auf dem Niveau des Vorjahres liegen wird. Der Studie zufolge sollte sich der globale Tourismus weiter erholen und das weltweite Reiseaufkommen im Jahr 2024 zum ersten Mal das Niveau von 2019 übertreffen. Gleichzeitig wird erwartet, dass die Zahl der Auslandsreisen chinesischer Touristen nicht vollständig das Niveau von vor der Pandemie erreichen wird.

Für **Europa** wird erwartet, dass das Branchenwachstum (ohne Berücksichtigung des Luxussegments) im Jahr 2024 zwischen 1% und 3% liegen wird, was weitgehend den verhaltenen Trends der zweiten Jahreshälfte 2023 entspricht (H1 2023: 5%; H2 2023: 1% bis 3%). Darin spiegeln sich in erster Linie das anhaltend schwache Verbrauchervertrauen und die sinkenden Ersparnisse privater Haushalte angesichts der hohen Inflationsraten

der letzten beiden Jahre wider. Aufgrund der anhaltend schwachen Verbraucherstimmung wird sich das Branchenwachstum (ohne Berücksichtigung des Luxussegments) in den **USA** voraussichtlich nur leicht erholen und im Jahr 2024 zwischen 0 % und 2 % liegen (H1 2023: -1 %; H2 2023: -2 % bis 0 %). Eine deutlicher als erwartete Verringerung der Inflationsrate könnte jedoch auch zu einem etwas stärkeren Wachstum und somit einem „Soft Landing“-Szenario führen. In **China** dürfte das Branchenwachstum im Vergleich zu historischen Wachstumsraten relativ schwach ausfallen, da die Nachfrage aufgrund der wirtschaftlichen Unsicherheit und des insgesamt nur schwachen Verbrauchervertrauens auch im Jahr 2024 verhalten sein sollte. Insgesamt erwarten The Business of Fashion und McKinsey & Company, dass sich das Branchenwachstum in China (ohne Berücksichtigung des Luxussegments) auf ein Niveau von 4 % bis 6 % im Jahr 2024 beschleunigen wird (H1 2023: 10 %; H2 2023: 1 % bis 3 %).

Ausblick für HUGO BOSS

Nach mehr als zwei Jahren erfolgreicher Umsetzung der „CLAIM 5“-Strategie und einem im Branchenvergleich deutlich überdurchschnittlichen Wachstum wird HUGO BOSS auch im Jahr 2024 auf seiner Markendynamik aufbauen, um seinen Wachstumskurs fortzusetzen und weitere Marktanteile zu gewinnen. In einem anhaltend herausfordernden globalen Marktumfeld wird unser Fokus im Jahr 2024 daher vor allem auf der **weiteren Umsetzung von „CLAIM 5“** liegen, um die in den Vorjahren erlangte Markenstärke von BOSS und HUGO weiter auszuschöpfen. Unser klares Ziel ist es, auch weiterhin Konsumenten weltweit mit eindrucksvollen Marketingkampagnen, faszinierenden Markenevents und inspirierenden Kollektionen und Kooperationen für uns zu gewinnen. Wir sind entschlossen, weiter **in markenbildende Initiativen zu investieren** und **unser Produktangebot stetig zu verbessern**, um so die Markenrelevanz zu stärken und das 24/7-Lifestyle-Image unserer Marken zu festigen. Darüber hinaus werden wir die **Digitalisierung unseres Geschäftsmodells** weiter vorantreiben und unsere **umfangreichen Omnichannel-Aktivitäten weiter ausbauen**, einschließlich der weiteren Modernisierung und des selektiven Ausbaus unseres globalen Storenetzwerks. Insgesamt werden diese strategischen Initiativen eine solide Grundlage für weitere robuste Umsatz- und Ergebnisverbesserungen bilden, die uns in die Lage versetzen werden, auch im Jahr 2024 stärker zu wachsen als unsere Branche. Dies wiederum wird uns unseren mittelfristigen Finanzzielen einen weiteren Schritt näherbringen. [> Konzernstrategie, Finanzziele 2025](#)

Unter Berücksichtigung der in diesem Kapitel dargelegten, anhaltend hohen makroökonomischen und geopolitischen Unsicherheiten sowie der erwarteten branchenspezifischen Rahmenbedingungen erwartet HUGO BOSS für das Jahr 2024 einen Anstieg des **Konzernumsatzes** in Berichtswährung im Bereich zwischen 3 % und 6 % (2023: 4.197 Mio. EUR), wobei sämtliche Segmente zum Wachstum beitragen sollen. So erwarten wir für **EMEA** ein Umsatzwachstum im niedrigen bis mittleren einstelligen Prozentbereich, während der Umsatz in **Amerika** im mittleren bis hohen einstelligen Prozentbereich zulegen sollte. Für die Region **Asien/Pazifik** ist HUGO BOSS zuversichtlich, im Jahr 2024 ein Wachstum im hohen einstelligen bis niedrig zweistelligen Prozentbereich zu erzielen.

Für das Geschäftsjahr 2024 rechnet HUGO BOSS mit einem Anstieg des **operativen Ergebnisses (EBIT)** zwischen 5 % und 15 % auf rund 430 Mio. EUR bis 475 Mio. EUR (2023: 410 Mio. EUR), wobei alle Segmente zum Anstieg des EBIT beitragen sollen. Folglich wird für die EBIT-Marge eine spürbare Verbesserung auf einen Wert zwischen 10,0 % und 10,7 % prognostiziert (2023: 9,8 %), wobei die erwartete Verbesserung der Bruttomarge im Jahr 2024 maßgeblich beitragen sollte. Im Einklang mit dem EBIT-Wachstum wird auch für das **Konzernergebnis** im Jahr 2024 eine Verbesserung von 5 % bis 15 % angestrebt (2023: 270 Mio. EUR).

Für das **kurzfristige operative Nettovermögen** in Prozent des Umsatzes geht HUGO BOSS für das Jahr 2024 von einer leichten Verbesserung in Richtung 20 % aus (2023: 20,8 %). Insbesondere will HUGO BOSS im Jahr 2024 seinen Vorratsbestand weiter optimieren und somit dem mittelfristigen Ziel, die Vorräte bis 2025 auf unter 20 % des Konzernumsatzes zu senken, einen wichtigen Schritt näherkommen. Die **Investitionen** sollen im Jahr 2024 auf ein Niveau zwischen 300 und 350 Mio. EUR steigen (2023: 298 Mio. EUR). Der Schwerpunkt der Investitionstätigkeit wird auch weiterhin auf der Modernisierung und dem selektiven Ausbau unseres weltweiten Storenetzwerks sowie auf der fortschreitenden Digitalisierung unseres Geschäftsmodells liegen. Gleichzeitig werden wir, ganz im Sinne unseres strategischen Claims „Organize for Growth“, einen starken Fokus auf den Ausbau unserer Logistikkapazitäten sowie unserer Firmenzentrale legen. Infolgedessen werden die Investitionen im Jahr 2024 voraussichtlich leicht über dem im Rahmen von „CLAIM 5“ definierten mittelfristigen Zielkorridor von 6 % bis 7 % des Konzernumsatzes liegen. Wie bereits im Vorjahr wird der Großteil unserer Investitionen auf die Corporate Units und das Segment EMEA entfallen.

Angesichts der starken operativen und finanziellen Geschäftsentwicklung im Jahr 2023, der äußerst soliden Finanzlage und des Vertrauens des Managements in die langfristigen Wachstumschancen des Unternehmens beabsichtigen Vorstand und Aufsichtsrat, der Hauptversammlung am 14. Mai 2024 eine **Dividende** von 1,35 EUR je Aktie für das Geschäftsjahr 2023 vorzuschlagen (2022: 1,00 EUR). Der Vorschlag entspricht einer Steigerung von 35 % gegenüber dem Vorjahr und hat eine **Ausschüttungsquote** von 36 % des auf Anteils-eigner entfallenden Konzernergebnisses im Jahr 2023 zur Folge (2022: 33 %). Letzteres steht im Einklang mit der im Rahmen von „CLAIM 5“ angestrebten Ausschüttungsquote von 30 % bis 50 %. Sofern die Aktionäre dem Vorschlag zustimmen, wird die Dividende am 17. Mai 2024 ausgezahlt. Basierend auf der Anzahl der Ende 2023 ausstehenden Aktien wird die Ausschüttungssumme 93 Mio. EUR betragen (2022: 69 Mio. EUR).

AUSBLICK FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2024

	Ergebnis 2023	Prognose 2024
Konzernumsatz	Anstieg um 15 % auf 4.197 Mio. EUR	Anstieg im Bereich zwischen 3 % und 6 %
Umsatzentwicklung nach Regionen		
EMEA	Anstieg um 11 % auf 2.562 Mio. EUR	Anstieg im niedrigen bis mittleren einstelligen Prozentbereich
Amerika	Anstieg um 21 % auf 955 Mio. EUR	Anstieg im mittleren bis hohen einstelligen Prozentbereich
Asien/Pazifik	Anstieg um 23 % auf 576 Mio. EUR	Anstieg im hohen einstelligen bis niedrig zweistelligen Prozentbereich
Operatives Ergebnis (EBIT)	Anstieg um 22 % auf 410 Mio. EUR	Anstieg im Bereich zwischen 5 % und 15 % auf rund 430 Mio. EUR bis 475 Mio. EUR
Konzernergebnis	Anstieg um 22 % auf 270 Mio. EUR	Anstieg im Bereich zwischen 5 % und 15 %
Kurzfristiges operatives Nettovermögen im Verhältnis zum Umsatz	20,8 %	Verbesserung auf einen Wert in Richtung 20 %
Investitionen	Anstieg um 55 % auf 298 Mio. EUR	Anstieg auf 300 Mio. EUR bis 350 Mio. EUR

RISIKO- UND CHANCENBERICHT

Transparenter Umgang
mit Risiken im Rahmen
des Risikomanagement-
systems

Keine bestands-
gefährdenden Risiken
identifiziert

Nutzung unternehmerischer
Chancen als wichtiges
Element für nachhaltige
Steigerung des Unter-
nehmenswerts

Der Erfolg von HUGO BOSS basiert auf der konsequenten Nutzung von Chancen im Rahmen der Wachstumsstrategie „CLAIM 5“. Die **Risiko- und Chancenpolitik** von HUGO BOSS zielt darauf ab, strategische und finanzielle Unternehmensziele zu erreichen. Sie verfolgt somit nicht nur das Ziel der Bestandssicherung, sondern dient vor allem der erfolgreichen Umsetzung der „CLAIM 5“-Wachstumsstrategie sowie einer nachhaltigen Steigerung des Unternehmenswerts. Die Berichterstattung von Risiken und Chancen im zusammengefassten Lagebericht bezieht sich dabei grundsätzlich auf einen Einjahreszeitraum.

Risikobericht

HUGO BOSS ist einer Vielzahl von Risiken ausgesetzt. Das **Risikomanagementsystem** des Unternehmens umfasst alle Maßnahmen eines systematischen und transparenten Umgangs mit Risiken. Es zielt darauf ab, Risiken frühestmöglich zu identifizieren, sie adäquat zu bewerten, mittels geeigneter Maßnahmen zu begrenzen beziehungsweise zu vermeiden, zu überwachen und zu dokumentieren. Risiken sind dabei definiert als mögliche zukünftige Entwicklungen oder Ereignisse, die zu negativen Abweichungen vom geplanten Ergebnis führen können. Sämtliche Risikoarten werden dabei in den fünf Kategorien Externe, Strategische, Finanzielle, Operative sowie Organisatorische Risiken zusammengefasst. Der systematische Umgang mit Chancen ist hingegen nicht Bestandteil des Risikomanagements. > **Chancenbericht**

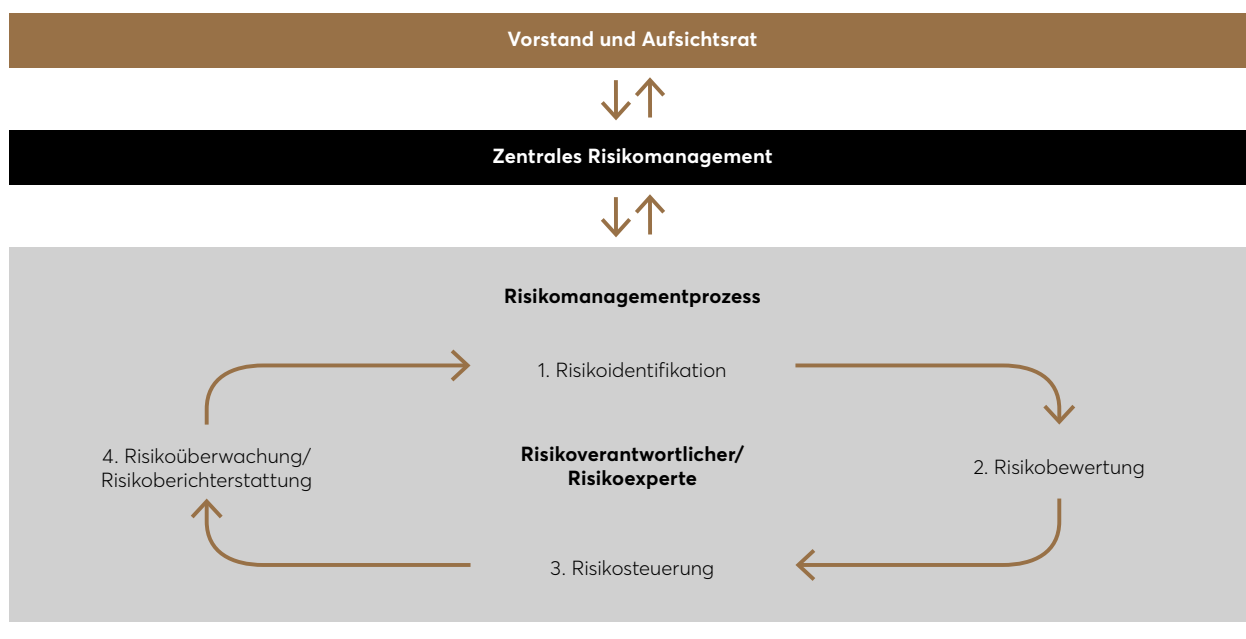
Risikomanagementsystem

Der Vorstand der HUGO BOSS AG trägt die **Gesamtverantwortung für ein effektives Risikomanagementsystem**. In seinem Auftrag koordiniert die zentrale Abteilung Risikomanagement & Internal Controls die Umsetzung und kontinuierliche Weiterentwicklung des Risikomanagementsystems. Sie ist für den zentral gesteuerten Risikomanagementprozess verantwortlich und steht dabei in engem Austausch mit den jeweiligen Unternehmensbereichen und Konzerngesellschaften. Die jeweiligen Risikoverantwortlichen und Risikoexperten sind für die Risikoidentifikation und -bewertung, den adäquaten Umgang mit Risiken und die Umsetzung wirksamer risikoreduzierender Maßnahmen zuständig. Die **Überwachung der Wirksamkeit des Risikomanagementsystems** liegt in der Verantwortung des Aufsichtsrats von HUGO BOSS. Die Zuständigkeit wird dabei vom Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats, auch unter Einbeziehung der Internen

Revision, wahrgenommen. So unterliegt das Risikomanagement bei HUGO BOSS regelmäßigen internen Prüfungen. Der externe Abschlussprüfer würdigt im Rahmen der Abschlussprüfung zudem die Eignung der im Unternehmen implementierten Maßnahmen zur frühzeitigen Erkennung bestandsgefährdender Risiken.

Konzerneinheitliche Standards zum systematischen Umgang mit Risiken stellen die Basis eines effizienten Risikomanagements dar. Sie werden durch den Vorstand festgelegt und in einem konzernweit gültigen **Risikohandbuch** dokumentiert. Dieses wird sämtlichen Mitarbeitern im unternehmensweiten Intranet zugänglich gemacht. Alle Mitarbeiter von HUGO BOSS sind zu risikobewusstem Handeln und zur Vermeidung existenzgefährdender Risiken verpflichtet. Der Einsatz einer modernen **Risikomanagementsoftware** ermöglicht die konzernweit einheitliche Erfassung und Bewertung aller identifizierten Risiken sowie zugehöriger Maßnahmen. Im Rahmen der jährlichen Abschlussprüfung beurteilt zudem der Abschlussprüfer die Effektivität ausgewählter interner Kontrollen, einschließlich IT-Kontrollen.

GRUNDZÜGE DES RISIKOMANAGEMENTSYSTEMS BEI HUGO BOSS



Der **Risikomanagementprozess** bei HUGO BOSS besteht aus den folgenden vier Schritten: Risikoidentifikation, Risikobewertung, Risikosteuerung sowie Risikoüberwachung und -berichterstattung.

Zur frühestmöglichen **Identifikation von Risiken** überwacht der Konzern fortlaufend das gesamtwirtschaftliche Umfeld, das Wettbewerbsumfeld der Premium- und Luxusgüterbranche sowie sämtliche unternehmensinternen Prozesse. Das zentrale Risikomanagement unterstützt alle Risikoverantwortlichen im Konzern bei der regelmäßigen Identifikation und effizienten Kategorisierung von Risiken mittels eines Risikokatalogs sowie des konzernweit zugänglichen Risikohandbuchs.

Die Risikoverantwortlichen delegieren die **regelmäßige Bewertung** identifizierter Risiken an die Risikoexperten und geben deren Einschätzung nach eingehender Bewertung frei. Die Risikoexperten werden bei ihrer Arbeit durch das zentrale Risikomanagement unterstützt. Dies umfasst auch regelmäßige, mindestens einmal jährlich stattfindende Schulungen zu den Grundsätzen des Risikomanagements und zu themenspezifischen

Schwerpunkten. Die Bewertung einzelner Risiken erfolgt durch die Einschätzung von Eintrittswahrscheinlichkeiten sowie die systematische Analyse möglicher Auswirkungen auf das geplante operative Ergebnis (EBIT). Bei der Bewertung von steuerlichen sowie Zinsänderungsrisiken wird abweichend auf den Cashflow abgestellt.

> Prognosebericht

RISIKOMATRIX (AGGREGIERTE RISIKEN)

Mögliche Auswirkungen (in % vom geplanten EBIT)	>30 % sehr hoch		Lieferanten und Beschaffungsmarkt, Politik und Gesellschaft, Vertrieb				
	>15 %-30 % hoch		Gesamtwirtschaft, Kollektion, Governance und Compliance, IT, Logistik				
	>5 %-15 % wesentlich	Umwelt und Gesundheit	Investitionen, Markenimage und Corporate Image, Personal, Qualität	Steuern			
	>2,5 %-5 % moderat		Finanzierung und Liquidität, Wettbewerb		Währungskurse		
	≤2,5 % gering	Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz, Facilities, Kontrahenten	Produktpiraterie, Vision und Ausrichtung	Recht, Zinsänderungen			
		gering ≤10 %	unwahrscheinlich >10 %-25 %	möglich >25 %-50 %	wahrscheinlich >50 %-90 %	sehr wahrscheinlich >90 %	
Eintrittswahrscheinlichkeit (innerhalb von 1 Jahr)							

Die beiden Bewertungskriterien Eintrittswahrscheinlichkeit und mögliche Auswirkung bilden die **Risikomatrix**, innerhalb derer die Bedeutung der dargestellten Risiken von links unten nach rechts oben zunimmt. Sie soll Transparenz über die aktuelle Risikosituation des Unternehmens schaffen und bei der Priorisierung von Risiken unterstützen. Die Einstufung erfolgt durch die Summierung der gewichteten Mittelwerte der Wahrscheinlichkeiten aller Einzelrisiken (Eintrittswahrscheinlichkeit) sowie der gewichteten Mittelwerte der

Auswirkungsszenarien aller Einzelrisiken innerhalb der jeweiligen Risikokategorie (mögliche Auswirkung). Das jeweilige Nettorisiko als tatsächliches Risikopotenzial ergibt sich aus dem Bruttorisiko abzüglich der jeweiligen Maßnahmen zur Reduzierung des identifizierten Risikos.

Die Erarbeitung und Umsetzung geeigneter risikominimierender Maßnahmen liegt in der Verantwortung der Risikoverantwortlichen. Die **Steuerung der Risiken** erfolgt dabei allgemein auf vier Arten: Risikovermeidung, Risikoverringung, Risikoübertragung auf Dritte sowie Risikoakzeptanz. Ein Bestandteil der Risikosteuerung ist somit auch die Risikoübertragung auf Versicherungsgesellschaften, wodurch die finanziellen Auswirkungen versicherbarer Risiken weitestgehend neutralisiert werden sollen. Bei der Entscheidung über die Umsetzung der jeweiligen Strategie zur Risikosteuerung werden auch die Kosten in Relation zur Effektivität der jeweiligen Maßnahmen berücksichtigt. In enger Zusammenarbeit mit den Risikoverantwortlichen überwacht das zentrale Risikomanagement den Fortschritt und die Wirksamkeit geplanter und bereits umgesetzter Maßnahmen.

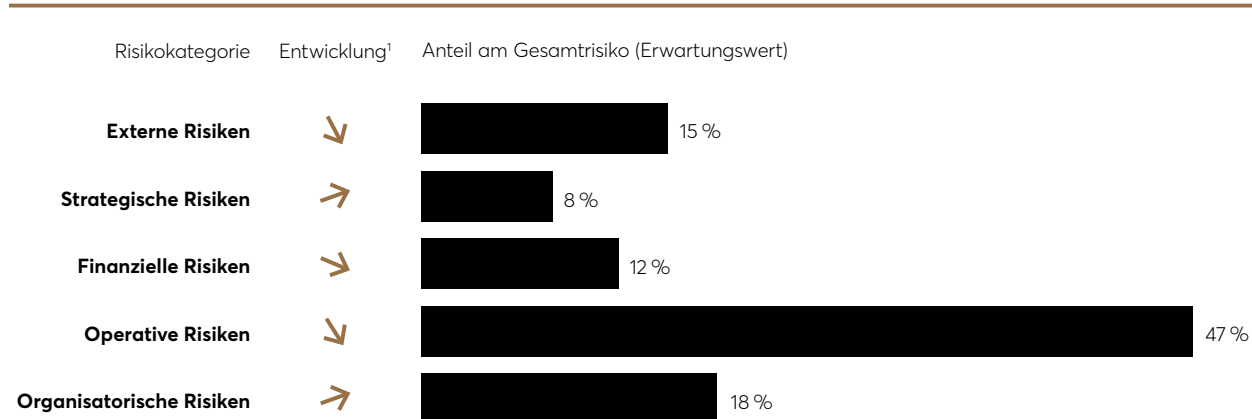
Sämtliche identifizierten Risiken werden zweimal jährlich überprüft. In Abhängigkeit von ihrem Ausmaß erfolgt eine Überprüfung hinsichtlich ihrer Aktualität in bis zu monatlichen Intervallen. Im Rahmen der **Risikoüberwachung** werden Erkenntnisse zu neuen Entwicklungen dokumentiert sowie die Risikobewertung und Risikosteuerung bei Bedarf überarbeitet. Mithilfe der kontinuierlichen Überwachung von Frühwarnindikatoren sollen Planabweichungen rechtzeitig erkannt werden. Meldekettens und das Einleiten geeigneter, im Vorfeld definierter Gegenmaßnahmen sollen eine rasche Reaktion bei Eintritt eines Risikos gewährleisten.

> Unternehmenssteuerung

Im Rahmen der **regelmäßigen Risikoberichterstattung** melden die Risikoverantwortlichen sämtliche von ihnen identifizierten Risiken samt den dazugehörigen Eintrittswahrscheinlichkeiten, den potenziellen finanziellen Auswirkungen sowie den Maßnahmen zur Risikosteuerung an das zentrale Risikomanagement. Dieses aggregiert die gemeldeten Risiken und stellt dem Vorstand sowie dem Prüfungsausschuss regelmäßig einen konsolidierten Bericht zur Verfügung. Bedeutende Einzelrisiken und aggregierte Risikobereiche werden dabei besonders hervorgehoben. Bei Aufkommen kritischer, dringlicher Themen wird der reguläre Reportingprozess um eine Ad-hoc-Berichterstattung ergänzt.

Beurteilung der Risikosituation durch den Vorstand

ENTWICKLUNG UND ZUSAMMENSETZUNG GESAMTRISIKOPOSITION



¹ Im Vergleich zum Vorjahr.

Um ein möglichst präzises Bild der **Gesamtrisikoposition** von HUGO BOSS zu erhalten, erfolgt die Aggregation der Einzelrisiken anhand zweier Methoden. Einerseits werden die Schadenserwartungswerte aller bewerteten Risiken innerhalb der fünf Risikokategorien addiert. Andererseits werden mittels einer Monte-Carlo-Simulation die Wahrscheinlichkeitsverteilungen sämtlicher erfasster Risiken zu der Wahrscheinlichkeitsverteilung eines möglichen Gesamtschadens aggregiert und so maximale jährliche Schadenswerte ermittelt. Die Monte-Carlo-Simulation umfasst Risiken aller Kategorien, einschließlich nichtfinanzieller Risiken. Das Ergebnis der Simulation für das Geschäftsjahr 2024 zeigt, dass das Eigenkapital des Konzerns wie schon im Vorjahr alle simulierten risikobedingten Schadenswerte, auch in den strengsten Konfidenzintervallen, übersteigt.

Das implementierte Risikomanagementsystem bildet die Grundlage für die Beurteilung der Risikosituation durch den Vorstand und wird von diesem regelmäßig überprüft. Risiken, deren potenzielle Auswirkungen als mindestens wesentlich eingestuft werden, werden in regelmäßigen Abständen auf Vorstandsebene erörtert und bewertet. Während sich die Einschätzung der individuellen Risiken im Geschäftsjahr 2023 vor allem aufgrund der Entwicklung der externen Rahmenbedingungen sowie der Auswirkungen von eigenen Gegenmaßnahmen verändert hat, hat sich die Gesamtrisikosituation für HUGO BOSS im Vergleich zum Vorjahr nicht wesentlich verändert. Zum Zeitpunkt der Aufstellung dieses Berichts waren für den Vorstand keine einzelnen oder aggregierten Risiken zu erkennen, die den **Fortbestand des Unternehmens** gefährden könnten.

Erläuterung der Risiken

Risiken, die im Risikomanagementprozess mit einer mindestens wesentlichen potenziellen Auswirkung bewertet wurden, werden im Folgenden näher erläutert. Grundsätzlich ist nicht vollständig auszuschließen, dass weitere latente Risiken oder solche, die aktuell als unwesentlich eingeschätzt werden, die Unternehmensentwicklung zukünftig über das angegebene Maß hinaus negativ beeinträchtigen. Ungeachtet der eingeleiteten Maßnahmen zur Steuerung der identifizierten Risiken bleiben bei allen unternehmerischen Aktivitäten **Restrisiken** bestehen, die auch durch ein Risikomanagementsystem, wie es bei HUGO BOSS implementiert ist, nicht gänzlich vermieden werden können.

RISIKOBEREICHE

Externe Risiken	Strategische Risiken	Finanzielle Risiken	Operative Risiken	Organisatorische Risiken
Gesamtwirtschaft	Kollektion	Steuern	Lieferanten und Beschaffungsmärkte	Governance und Compliance
Politik und Gesellschaft	Investitionen	Währungen	Vertrieb	IT
Umwelt und Gesundheit	Markenimage und Corporate Image	Kontrahenten	Qualität	Personal
Wettbewerb	Vision und Ausrichtung	Finanzierung und Liquidität	Logistik	Facilities
Produktpiraterie		Zinsänderungen		Recht
				Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

Risiken, die gemäß der Risikomatrix mit einer mindestens wesentlichen Auswirkung bewertet wurden, sind fett markiert und werden im Folgenden näher erläutert. Risiken, die hingegen nur mit einer geringen oder moderaten potenziellen Auswirkung bewertet wurden, werden im Folgenden nicht näher erläutert.

Externe Risiken

HUGO BOSS unterliegt einer Vielzahl externer Risiken, die im Wesentlichen mit der Gesamtwirtschaft, Politik und Gesellschaft sowie Umwelt- und Gesundheitsaspekten zusammenhängen.

Gesamtwirtschaftliche Risiken

Als global agierendes Unternehmen ist HUGO BOSS **gesamtwirtschaftlichen Risiken** hinsichtlich der globalen Konjunkturentwicklung ausgesetzt. So kann ein konjunktureller Abschwung mit einer rückläufigen Nachfrage nach Premium- und Luxusgütern einhergehen, was sich negativ auf die Umsatz- und Ergebnisentwicklung des Konzerns auswirken kann. Konjunkturell bedingte Effekte können dabei sowohl global als auch regional begrenzt auftreten und sich gegenseitig beeinflussen.

Um die Auswirkungen konjunktureller Schwankungen zu reduzieren, strebt HUGO BOSS im Rahmen seiner „CLAIM 5“-Strategie nach einer weiteren **Ausbalancierung seiner globalen Umsatzverteilung** über sämtliche Regionen hinweg, aber auch zwischen Industrie- und Schwellenländern. Der Konzern beobachtet fortlaufend das gesamtwirtschaftliche Umfeld wie auch relevante Branchenentwicklungen, um Risiken frühzeitig zu erkennen und entsprechend schnell reagieren zu können. Zudem erfolgt eine regelmäßige Analyse interner **Frühindikatoren**, die eine Prognose der Auswirkungen potenzieller gesamtwirtschaftlicher Risiken erlauben. Zu den möglichen Reaktionen auf einen konjunkturbedingten Nachfragerückgang zählen insbesondere eine Reduzierung der Produktions- und Beschaffungsaktivität, ein strikteres Management des kurzfristigen operativen Nettovermögens, eine weitere Optimierung des weltweiten Vertriebsnetzwerks, eine verstärkte Kostenkontrolle sowie Preisanpassungen. > **Unternehmenssteuerung**, > **Konzernstrategie**, „Organize for Growth“

In seiner Veröffentlichung von Januar 2024 erwartet der IWF für das Geschäftsjahr 2024 ein **globales Wachstum** in Höhe von 3,1% und damit auf dem Niveau des Vorjahres (2023: 3,1%; 2022: 3,5%). Diese Prognose spiegelt das anhaltend hohe Inflations- und Zinsniveau, die zunehmenden geopolitischen Spannungen und die insgesamt schwachen globalen Handels- und Investitionsströme wider, die allesamt die globalen Konjunkturaussichten belasten. Da die Zinssätze in den meisten Volkswirtschaften nahe ihren Höchstständen verbleiben, dürfte die Geldpolitik so lange restriktiv sein, bis es klare Anzeichen für einen dauerhaften Rückgang des Inflationsdrucks gibt. Die künftige Verfassung der Weltwirtschaft hängt demnach entscheidend von der erfolgreichen Kalibrierung der Geldpolitik im Laufe des Jahres ab, während auch der weitere Verlauf militärischer Konflikte wie in der Ukraine und im Nahen Osten für anhaltende Unsicherheit sorgen dürfte. > **Prognosebericht**

Politische und gesellschaftliche Risiken

HUGO BOSS ist aufgrund seiner internationalen Geschäftstätigkeit **politischen und gesellschaftlichen Risiken** ausgesetzt. So können sich beispielsweise Änderungen des politischen und regulatorischen Umfelds, geopolitische Spannungen, militärische Auseinandersetzungen, Regierungswechsel oder terroristische Anschläge negativ auf das Konsumklima auswirken. Angesichts der globalen Geschäftstätigkeit von HUGO BOSS stellen die Vertriebsaktivitäten des Unternehmens in über 130 Märkten eine **natürliche Absicherung** gegen unvorteilhafte Entwicklungen in einzelnen Ländern oder Regionen dar.

Es wird erwartet, dass die **weltweiten Unsicherheiten** im Kontext politischer und gesellschaftlicher Entwicklungen auch im Jahr 2024 hoch bleiben werden. So stellen geopolitische Spannungen, einschließlich derer in der Ukraine und im Nahen Osten, eine mögliche Eskalation von Handelskonflikten, das Ergebnis wichtiger Wahlen oder aber die anhaltende Gefahr terroristischer Anschläge bedeutsame Risiken für die globale Bekleidungsindustrie und damit auch für die Geschäftsentwicklung des Konzerns dar. Insbesondere geopolitische Spannungen könnten dazu führen, dass wichtige Handelsrouten wie die über das Rote Meer vorübergehend unterbrochen werden, was zu steigenden Frachtkosten oder möglichen Engpässen aufgrund längerer Lieferzeiten führen kann. Darüber hinaus würde eine signifikante Eskalation oder eine zusätzliche Ausweitung andauernder Konflikte das Risiko eines spürbaren globalen Wirtschaftsabschwungs erhöhen und in der Folge das weltweite Konsumklima erheblich beeinträchtigen, mit potenziell negativen Auswirkungen auf die Umsatz- und Ergebnisentwicklung von HUGO BOSS.

Aufgrund seiner mittel- und langfristig weiterhin steigenden Bedeutung bewertet HUGO BOSS das Risiko, das sich aus politischen und gesellschaftlichen Veränderungen ergibt, als ein **„emerging risk“**. So ergeben sich strategische Fragestellungen beispielsweise aus dem Einfluss demografischer Entwicklungen auf das Konsumentenverhalten, auf die globalen Geschäftsaktivitäten und auf die künftige Gestaltung der Lieferkette. Dies offenbart die enge Verzahnung des gesellschaftlichen Risikos mit den branchen- sowie den lieferanten- und beschaffungsmarktbezogenen Risiken. Aufgrund dieses breiten Spektrums an Risiken sind zukünftige Entwicklungen mit einem hohen Maß an Unsicherheit behaftet, was langfristig zu unbekannten, potenziell erheblichen Auswirkungen führen könnte. Im Rahmen der Bewertung und Steuerung des Risikos arbeiten die Risikoverantwortlichen und Risikoexperten bei HUGO BOSS interdisziplinär an der **fortwährenden Analyse und Überwachung** aktueller politischer und gesellschaftlicher Entwicklungen und ihres Einflusses auf die Geschäftstätigkeit. Das zentrale Risikomanagement koordiniert und unterstützt diesen Prozess.

Umwelt- und Gesundheitsrisiken

Die global ausgerichtete Wertschöpfungskette von HUGO BOSS unterliegt **Umwelt- und Gesundheitsrisiken**, die sich aus Pandemien, Umwelt- und Naturkatastrophen sowie den Folgen des Klimawandels und dem Verlust von Artenvielfalt ergeben können. Im Hinblick auf den potenziellen Ausbruch zukünftiger Pandemien hat HUGO BOSS, basierend auf den Erfahrungen aus der COVID-19-Pandemie, entsprechende Notfallpläne erstellt. Im Rahmen einer Klimarisikoanalyse bewerten wir regelmäßig die Risiken, die sich aus dem Klimawandel für unsere Geschäftstätigkeit ergeben, um rechtzeitig geeignete Gegenmaßnahmen einleiten zu können.

Um bei Eintritt sämtlicher Arten von Notfällen, einschließlich Umwelt- und Naturkatastrophen, zeitnah und angemessen reagieren zu können, hat HUGO BOSS ein **zentrales Notfallmanagementsystem** implementiert. Dessen Ablauforganisation bündelt die zur Bewältigung von Notfällen benötigten, bereichsübergreifenden Kompetenzen und soll eine effiziente Koordination mit klaren Entscheidungswegen sicherstellen.

Strategische Risiken

Zu den strategischen Risiken zählt HUGO BOSS vor allem Kollektionsrisiken, Investitionsrisiken sowie Risiken für das Markenimage und Corporate Image.

Kollektionsrisiken

Sich verändernde Mode- und Lifestyle-Trends können **Kollektionsrisiken** verursachen. Die Herausforderung in der Kollektionsentwicklung besteht vor allem darin, im Rahmen des Kreativmanagements Trends frühzeitig zu erkennen und diese im Zuge der Entwicklungsarbeit schnellstmöglich in kommerziell erfolgreiche Kollektionen einfließen zu lassen. > **Produktentwicklung und -innovation**

Umfassende **Analysen relevanter Zielgruppen und Märkte**, der Einsatz **digitaler Tools zur Trenderkennung** sowie detaillierte Auswertungen der **Abverkaufsraten** vergangener Kollektionen sollen dazu beitragen, Kollektionsrisiken zu reduzieren. Darüber hinaus bieten BOSS und HUGO – im Einklang mit ihrem 24/7-Lifestyle-Ansatz – ein **stark diversifiziertes Produktangebot**, das sämtliche Trageanlässe abdeckt und ein breites Publikum unterschiedlicher Altersgruppen anspricht, was das Kollektionsrisiko zusätzlich reduziert. Zudem zielen Kapselkollektionen darauf ab, unser Produktangebot weiter zu verbessern und aktuelle Verbrauchertrends aufzugreifen. Darüber hinaus können mittels der direkten Interaktion mit dem Kunden im eigenen stationären Einzelhandel und im digitalen Geschäft, des Feedbacks unserer Großhandelspartner sowie der Erkenntnisse unseres **Kundenbeziehungsmanagements (CRM)** und unserer Social-Media-Plattformen Veränderungen im Kaufverhalten frühzeitig erkannt und bei der Entwicklung zukünftiger Kollektionen entsprechend berücksichtigt werden. Die fortschreitende **Digitalisierung unserer Kollektionsentwicklung** ermöglicht es HUGO BOSS zudem, die Entwicklungszeiten weiter zu verkürzen und so noch schneller auf globale Trends zu reagieren.

> **Produktentwicklung und -innovation, > Konzernstrategie, „Product is Key“**

Investitionsrisiken

Mit den eigenen Einzelhandelsaktivitäten des Konzerns sind **Investitionsrisiken** im Zusammenhang mit der Optimierung und Modernisierung des Storenetzwerks, Neueröffnungen sowie der kanalübergreifenden Integration und Digitalisierung der eigenen Einzelhandelsaktivitäten verbunden. Das Risiko von Fehlinvestitionen bezieht sich dabei insbesondere auf Investitionen in Stores, für die langfristige Mietverträge abgeschlossen werden, die jedoch im Nachhinein nicht den Renditeerwartungen des Konzerns entsprechen. Auch können sich Fehlinvestitionen bei der Entwicklung und Implementierung neuer Storekonzepte sowie digitaler Elemente, die möglicherweise nicht zu den angestrebten operativen Verbesserungen führen, ergeben.

Das Risiko in Verbindung mit **Wertminderungen** des planmäßig abzuschreibenden Sachanlagevermögens, der immateriellen Vermögenswerte und der Nutzungsrechte an Leasingobjekten auf Ebene der eigenen Einzelhandelsgeschäfte sowie der Geschäfts- oder Firmenwerte bildet innerhalb der Investitionsrisiken die größte Risikoposition. Grundsätzlich kann nicht ausgeschlossen werden, dass eine Verschlechterung der Geschäftsaussichten sowie eine Änderung des Marktmietniveaus zu einer Wertminderung der Vermögenswerte des Konzerns führen kann. Eine solche Wertminderung hätte jedoch keinen zahlungswirksamen Effekt.

> **Konzernanhang, Textziffer 10**

Für umfangreiche Investitionsprojekte existiert bei HUGO BOSS ein spezifischer **Genehmigungsprozess**. Er umfasst neben qualitativen Analysen, beispielsweise im Hinblick auf potenzielle Standorte eigener Einzelhandelsgeschäfte, auch die Analyse des Kapitalwerts eines jeden Projekts. Die zentrale Abteilung **Business Planning & Analysis** bewertet regelmäßig geplante Investitionsprojekte hinsichtlich ihres Beitrags zur Erreichung der Renditeziele des Konzerns. Zudem wird die Profitabilität bereits realisierter Projekte in regelmäßigen Abständen durch nachgelagerte Analysen überprüft. Bei negativen Zielabweichungen werden entsprechende Gegenmaßnahmen eingeleitet. > **Unternehmenssteuerung**

Risiken für das Markenimage und Corporate Image

Der Eintritt von **Risiken für das Markenimage und Corporate Image** kann die finanzielle und operative Performance von HUGO BOSS negativ beeinflussen. So könnten sich beispielsweise eine unzureichende Qualität unserer Produkte oder der Services im eigenen Einzelhandel, eine unkontrollierte Preis- und Rabattpolitik, die Nutzung markenschädigender Distributionskanäle, ungeeignete Marketingkampagnen und Markenbotschafter, negative Diskussionen in den sozialen Medien oder das Nichteinhalten von Gesetzen oder Sozialstandards negativ auf das Markenimage und Corporate Image auswirken.

Der **Schutz und Erhalt des Markenimages** genießen bei HUGO BOSS daher eine hohe Priorität. Die Sicherstellung eines global einheitlichen und nahtlosen Marken- und Einkaufserlebnisses über alle Kontaktpunkte, strenge Qualitätskontrollen, eine zentral gesteuerte Preispolitik, ein aktives Compliance-Management, Schulungen von Mitarbeitern mit direktem Kundenkontakt, sowie hohe Anforderungen an Arbeits- und Sozialstandards zahlen auf dieses Ziel ein. Daneben sind der rechtliche Schutz der Marken sowie die Verfolgung von Produktpiraterie wichtige Bestandteile zur Sicherung des Markenimages.

Gleichzeitig haben BOSS und HUGO im Jahr 2023 dank aufsehenerregender Markenkampagnen und Fashion-events mit jeweils diversen, hochkarätigen Besetzungen die **Markenrelevanz** bei den Konsumenten weiter erhöht und damit das Markenimage positiv beeinflusst. Folglich trugen diese Initiativen unweigerlich zur starken Umsatz- und Ergebnisentwicklung des Unternehmens im Jahr 2023 bei, mit einem breiten Wachstum über sämtliche Marken, Regionen und Kanäle hinweg.

Das Corporate Image von HUGO BOSS zeigt sich in der **Wahrnehmung seiner Stakeholder**. Externe Kommunikationsaktivitäten werden hauptsächlich über die Zentralbereiche Corporate Communications und Investor Relations gesteuert. Diese befinden sich in einem ständigen Dialog mit allen wichtigen Interessengruppen. Zudem wird die Einhaltung von Gesetzen, Standards und Richtlinien sowohl konzernintern als auch bei Partnern regelmäßig kontrolliert.

Finanzielle Risiken

Zu den finanziellen Risiken von HUGO BOSS zählen steuerliche Risiken und Währungsrisiken.

Steuerliche Risiken

Als global agierender Konzern unterliegt HUGO BOSS einer Vielzahl von **steuerlichen Gesetzen und Regelungen**. Änderungen in diesem Bereich könnten zu höheren Steueraufwendungen und Steuerzahlungen führen und zudem Einfluss auf bilanzierte tatsächliche und latente Steuerforderungen und -verbindlichkeiten haben. Sämtliche steuerlichen Fragestellungen werden durch die **Konzern-Steuerabteilung** regelmäßig analysiert und beurteilt. Dabei wird auch auf die Expertise lokaler externer Sachverständiger wie Anwälte oder Steuerberater zurückgegriffen.

Steuerliche Risiken bestehen für alle offenen Veranlagungszeiträume. Für bereits bekannte steuerliche Risiken wurden Rückstellungen in ausreichender Höhe gebildet. Die Höhe dieser Rückstellungen basiert auf verschiedenen Annahmen, beispielsweise hinsichtlich der Auslegung der jeweiligen Vorschrift, der aktuellen Rechtsprechungen oder der Verwaltungsauffassung, auf deren Basis die Höhe und Eintrittswahrscheinlichkeit eines eventuellen Risikos bemessen wird.

Die Konzern-Steuerabteilung beurteilt regelmäßig die Wahrscheinlichkeit der künftigen Nutzbarkeit von **latenten Steueransprüchen**, die auf nicht genutzte steuerliche Verlustvorträge erfasst wurden. Die Beurteilung erfolgt dabei unter Berücksichtigung verschiedener Faktoren, wie zum Beispiel zukünftig zu versteuernder Ergebnisse in den Planperioden, erreichter Ergebnisse in der Vergangenheit sowie bereits ergriffener Maßnahmen zur Profitabilitätssteigerung. HUGO BOSS geht diesbezüglich von einem Planungshorizont von vier Jahren aus, wobei die tatsächlichen Werte grundsätzlich von den Schätzungen abweichen können.

Im steuerrechtlichen Bereich können sich Risiken im Wesentlichen aus **Änderungen in der Steuergesetzgebung** einzelner Länder, aus der abweichenden Einschätzung bestehender Sachverhalte durch die Steuerbehörden oder aus steuerlichen Außenprüfungen ergeben. Im Zusammenhang mit dem Geschäftsmodell des Unternehmens ergeben sich zudem Risiken im Bereich der Verrechnungspreise. > **Konzernanhang, Textziffer 5**

Währungsrisiken

Aufgrund seiner globalen operativen Geschäftstätigkeit sowie der konzerninternen Finanzierungstätigkeit ist HUGO BOSS **Währungsrisiken** ausgesetzt, die sich auf die Entwicklung der Profitabilität, des Konzernergebnisses und des Konzerneigenkapitals auswirken können.

Währungsrisiken werden zentral durch die **Konzern-Treasury-Abteilung** gesteuert. Unternehmenseinheitliche Richtlinien bilden die Grundlage für die Steuerung von Währungsrisiken, geben die strategische Auswahl und den Umfang der Absicherung vor und sollen zugleich eine strikte Funktionstrennung von Handel, Abwicklung und Kontrolle sämtlicher Finanzmarkttransaktionen sicherstellen. Primäres Ziel ist die Reduktion des Währungsexposures mittels **natürlicher Hedges**, die dazu dienen, die Komplexität des Risikos, den Umfang der Absicherungsmaßnahmen und die damit verbundenen Kosten zu minimieren. So sollen sich Fremdwährungsexposures aus dem operativen Geschäft über den Konzern hinweg so weit wie möglich ausgleichen. Zur Absicherung des verbleibenden Risikos können Absicherungsinstrumente wie etwa **Devisentermin- und Swapgeschäfte** sowie **Plain-Vanilla-Optionen** herangezogen werden. > **Konzernanhang, Textziffer 22**

Im operativen Geschäft des Unternehmens entstehen Währungsrisiken dadurch, dass Beschaffung und Verkauf der Produkte in unterschiedlichen Währungen in ungleicher Höhe erfolgen (**Transaktionsrisiko**). Das Transaktionsrisiko im Zusammenhang mit den weltweiten Beschaffungsaktivitäten sichert HUGO BOSS jedoch nicht ab, da diese überwiegend in US-Dollar abgerechnet werden und das entsprechende Risiko mittels eines natürlichen Hedges über die Umsätze des Unternehmens auf dem US-Markt weitgehend ausgeglichen wird. Im Finanzierungsbereich resultieren Währungsrisiken aus finanziellen Forderungen und Verbindlichkeiten sowie aus Darlehen zur Finanzierung der Konzerngesellschaften (**Transaktionsrisiko**). Zum Bilanzstichtag waren die wesentlichen Finanzierungsdarlehen über Devisentermingeschäfte abgesichert. Des Weiteren bestehen Währungsrisiken im Zusammenhang mit der Umrechnung der Abschlüsse von Konzerngesellschaften außerhalb der Eurozone in die Konzernwährung Euro (**Translationsrisiko**). Während das Translationsrisiko laufend überwacht wird, verzichtet der Konzern auf dessen Absicherung, da die Einflüsse auf die Konzernbilanz und die Konzern-Gewinn-und-Verlust-Rechnung nicht zahlungswirksam sind.

> **Konzernanhang, Konsolidierungsgrundsätze**

Zukünftige Cashflows aus der **Produktionstätigkeit des Konzerns in der Türkei**, die auf türkische Lira lauten, können durch den Einsatz von Termingeschäften abgesichert werden. Die entsprechenden zukünftigen Cashflows sind somit in eine wirksame bilanzielle Sicherungsbeziehung eingebunden („Hedge Accounting“). Zum 31. Dezember 2023 bestanden keine Geschäfte zur Absicherung künftiger Cashflows aus der eigenen Produktionstätigkeit in der Türkei.

HUGO BOSS hat gemäß den **Anforderungen des IFRS 7** die Auswirkungen des Transaktionsrisikos auf Konzernergebnis und Konzerneigenkapital ermittelt, basierend auf dem bilanziellen Währungsexposure zum 31. Dezember 2023. Bestandteile dieses Exposures sind Zahlungsmittel, Forderungen und Verbindlichkeiten sowie konzerninterne Darlehen und Einlagen, die in Währungen gehalten werden, die nicht der funktionalen Währung der jeweiligen Konzerngesellschaft entsprechen.

Zur Quantifizierung und Steuerung der Währungsrisiken verwendet HUGO BOSS die **Value-at-Risk-Methode**. Dabei wird unterstellt, dass der Bestand des Fremdwährungsexposures und dessen Absicherungsquote zum Bilanzstichtag repräsentativ für den Betrachtungszeitraum sind. Aufgrund der Einschränkungen der Methode kann es zu Abweichungen zwischen den mittels der Value-at-Risk-Methode ermittelten Werten und den tatsächlichen Auswirkungen auf das Konzernergebnis kommen.

Aggregiert über alle betrachteten Währungen hinweg, betrug das so ermittelte **diversifizierte Portfolio-risiko** für das Konzernergebnis nach Absicherung 11 Mio. EUR im Geschäftsjahr 2023 (2022: 22 Mio. EUR). Nicht inkludiert sind Absicherungskosten und -erträge für den Abschluss von Devisentermingeschäften. Die größten Fremdwährungspositionen resultieren aus dem bilanziellen Exposure gegenüber britischem Pfund, chinesischem Renminbi, Schweizer Franken und japanischem Yen.

Operative Risiken

Unter den operativen Risiken fasst HUGO BOSS lieferanten- und beschaffungsmarktbezogene Risiken sowie Vertriebs-, Qualitäts- und Logistikrisiken zusammen.

Lieferanten- und beschaffungsmarktbezogene Risiken

Es bestehen **lieferanten- und beschaffungsmarktbezogene Risiken** im Zusammenhang mit möglichen Abhängigkeiten von einzelnen Lieferanten oder Produktionsstätten, einem möglichen Anstieg der Produktkosten sowie der potenziellen Abweichung zwischen Produktion und Absatz.

HUGO BOSS legt großen Wert auf eine sorgfältige Lieferantenauswahl und den Aufbau sowie Erhalt langfristiger strategischer Beziehungen. Es besteht jedoch das Risiko, dass aufgrund lieferantenbezogener oder regionaler Ereignisse die Produktion einzelner oder mehrerer Lieferanten vorübergehend ausfällt. Das schließt auch die Auswirkungen von Handelskonflikten und von seitens Regierungen eingeführten Restriktionen ein. Eine zu große **Abhängigkeit von einzelnen Lieferanten oder Produktionsstätten** könnte dabei zu Verwerfungen in der Wertschöpfungskette des Konzerns und somit zu operativen Engpässen führen. HUGO BOSS verfolgt deshalb auch weiterhin das Ziel eines **regional ausbalancierten strategischen Sourcing-Mix**, um auf diese Weise Risiken wie etwa lokale oder regionale Kapazitätsausfälle möglichst minimieren zu können. In diesem Zusammenhang erfolgt eine grundsätzlich zentrale Koordination des Produktions- und Beschaffungsprozesses durch den Zentralbereich Business Operations. Die Lieferantenbeziehungen werden dabei regelmäßig mit dem Ziel überprüft und bewertet, Risiken rechtzeitig zu identifizieren und entsprechende Maßnahmen zur Sicherstellung der Warenversorgung einleiten zu können. Sowohl auf den größten externen Lieferanten als auch auf die größte externe einzelne Produktionsstätte entfielen im Geschäftsjahr 2023 4 % des gesamten Beschaffungsvolumens (2022: jeweils 5 %).

Mittelfristig verfolgt HUGO BOSS im Rahmen von „**Nearshoring**“ das strategische Ziel, zusätzliche Teile seines Beschaffungsvolumens näher an seine größten Absatzmärkte EMEA und Amerika zu verlagern und deren Anteil am globalen Sourcing-Mix somit weiter zu stärken. Im Jahr 2023 wurden 52 % unserer Produkte in EMEA beschafft, was einem deutlichen Anstieg gegenüber dem Vorjahr entspricht (2022: 46 %). Dabei spielt unsere eigene Produktion in Izmir (Türkei), die mittlerweile 15 % des globalen Beschaffungs- und Produktionsvolumens ausmacht (2022: 12 %), eine entscheidende Rolle. Neben einer stärkeren Nähe zu seinen wichtigsten Absatzmärkten, die HUGO BOSS einen schnelleren Nachschub ermöglicht, profitiert das Unternehmen so auch von einer größeren **Unabhängigkeit von externen Einflüssen**. > **Beschaffung und Produktion**

Angesichts von **Erdbebenrisiken** und möglicher Risiken aufgrund **politischer Unsicherheiten** wurden am größten eigenen Produktionsstandort in Izmir besonders umfangreiche Maßnahmen umgesetzt, um die Auswirkungen einer Produktionsunterbrechung auf den Absatz von HUGO BOSS zu begrenzen. Für den Großteil des Produktionsvolumens bestehen Notfallpläne, um die Produktion auf externe Zulieferer zu verlagern. Zusätzlich ist das finanzielle Risiko für den Fall eines Erdbebens teilweise über Versicherungen abgedeckt.

Lohnerhöhungen in der Produktion, insbesondere in wirtschaftlich aufstrebenden Märkten, sowie ein Preisanstieg bei für den Konzern relevanten Rohstoffen wie Baumwolle, Wolle oder Leder können zu **höheren Produktionskosten** führen und so die Bruttomarge und letztlich die Profitabilität des Konzerns grundsätzlich negativ beeinflussen. HUGO BOSS begegnet diesen Risiken mit einer margenbasierten Kollektionsplanung, Maßnahmen zur Effizienzsteigerung in den Produktions- und Beschaffungsprozessen, einer kontinuierlichen Optimierung des Materialeinsatzes sowie einer regelmäßigen Überprüfung seiner Preispolitik.

Die Prognose von Absatzmengen, die Planung von Produktionskapazitäten sowie die Allokation von Roh- und Fertigwaren im Rahmen von Beschaffungsprozessen sind mit **Dispositionsrisiken** verbunden. Ein Abweichen von der angemessenen Allokation kann einerseits zur Überdisposition und so zum Risiko einer erhöhten Kapitalbindung, andererseits zur Unterdisposition mit dem Risiko verpasster Umsatzchancen führen. Zur Reduzierung von Dispositionsrisiken arbeitet der Konzern an einer stetigen Verbesserung der Qualität seiner Kapazitätsplanung. Dies soll insbesondere durch eine weitere Erhöhung der Transparenz entlang der Wertschöpfungskette bei gleichzeitiger vertriebskanal- und marktübergreifender Flexibilisierung der Warensteuerung erfolgen. In diesem Zusammenhang hat HUGO BOSS im Jahr 2023 die Umsetzung seiner **Digital-TWIN-Initiative** weiter vorangetrieben – einer smarten und technologiegesteuerten Business-Operations-Plattform, die darauf abzielt, die Nutzung von Echtzeitdaten deutlich zu verbessern. Durch die Erstellung eines digitalen Abbilds unserer Lieferkette und den Einsatz künstlicher Intelligenz wollen wir die Bedarfsplanung weiter verbessern und unsere diversen Planungsaktivitäten noch besser aufeinander abstimmen. Dies wiederum soll eine optimale Beschaffung von Produkten und Stoffen gewährleisten, sowohl in Bezug auf das Timing als auch auf die Menge. > **Beschaffung und Produktion**

Vertriebsrisiken

Im Zusammenhang mit den eigenen Einzelhandelsaktivitäten bestehen **Vertriebsrisiken** insbesondere hinsichtlich des Vorratsmanagements sowie der Lagerdauer und folglich der Werthaltigkeit der Ware. Im Großhandelsgeschäft beziehen sich die Vertriebsrisiken hauptsächlich auf eine mögliche Abhängigkeit von einzelnen Handelspartnern sowie auf Forderungsausfälle.

Ziel des zentral organisierten **Vorratsmanagements** ist die vorausschauende, optimale Allokation der konzernweiten Bestände bei gleichzeitiger Wahrung von Flexibilität, um auch kurzfristig auf Nachfrageerhöhungen beziehungsweise -rückgänge reagieren zu können. **Nachfragerückgänge** oder **Fehleinschätzungen hinsichtlich der Abverkaufsquoten** können sich negativ auf die Lagerumschlagshäufigkeit auswirken. Die **Gewährung zusätzlicher Rabatte** als mögliche Gegenmaßnahme für Überbestände hat zwangsläufig negative Auswirkungen auf die Bruttomarge und letztlich die Profitabilität des Unternehmens und wird daher laufend seitens der zentralen Abteilung Business Planning & Analysis überwacht. Mit einer zentral gesteuerten Preispolitik, differenzierten Einzelhandelsformaten und darauf abgestimmten Kollektionen wird eine konstante Verbesserung der Effizienz im eigenen Einzelhandel angestrebt.

Aus einer erhöhten Lagerdauer und der damit potenziell verminderten Verwertbarkeit der Vorräte können sich Bestandsrisiken ergeben. Dem Prinzip des Nettoveräußerungswerts folgend werden entsprechend **Abschreibungen auf das Vorratsvermögen** vorgenommen und diese monatlich überprüft. Nach der Implementierung eines fortschrittlichen Warenmodells, das eine Neudefinition der Produktlebenszyklen umfasst, hat HUGO BOSS im Geschäftsjahr 2023 die Erfassung von Abschreibungen auf das Vorratsvermögen angepasst. Diese basiert nunmehr auf einem saisonalen Ansatz, der einen besseren Abwertungsfaktor darstellen soll. Zum Bilanzstichtag wurden aus Sicht des Vorstands Wertminderungen in ausreichender Höhe vorgenommen.

> Konzernanhang, Textziffer 12

Zur Vermeidung eventueller **Abhängigkeiten von einzelnen Kunden** im Großhandelsgeschäft wird auf eine ausgewogene Kundenstruktur geachtet. Business Planning & Analysis überwacht dabei kontinuierlich Kennzahlen wie den Auftragseingang, die Umsatzerlöse sowie Auslieferungsquoten und berichtet diese regelmäßig an den Vorstand. So können im Falle eintretender Risiken unverzüglich Gegenmaßnahmen eingeleitet werden. > Unternehmenssteuerung

Im Großhandelskanal ist der Konzern **Forderungsausfallrisiken** aufgrund potenzieller Zahlungsunfähigkeit oder Insolvenz einzelner Handelspartner sowie kumulierter Ausfälle infolge einer konjunkturellen Eintrübung in einzelnen Märkten ausgesetzt. Das **konzernweite Debitorenmanagement** folgt einheitlichen Regelungen, beispielsweise hinsichtlich der Bonitätsprüfung sowie Vergabe und Einhaltung von Kundenkreditlimits, der Überwachung der Altersstruktur von Forderungen oder der Handhabung zweifelhafter Forderungen. In Einzelfällen kann dies zu Belieferungen von Kunden ausschließlich nach Vorauszahlung oder gar zum Verzicht auf Geschäfte mit als nicht kreditwürdig eingestuften Kunden führen. Die Interne Revision überprüft regelmäßig die Einhaltung der entsprechenden Konzernrichtlinien. Eine Konzentration von Ausfallrisiken durch wesentliche Außenstände bei einzelnen Kunden lag zum Bilanzstichtag nicht vor. > Konzernanhang, Textziffer 13

Qualitätsrisiken

HUGO BOSS legt bei der Beschaffung und Verarbeitung seiner Produkte und Materialien höchsten Wert auf **Qualität**. Um unseren eigenen hohen Ansprüchen an Qualität und Passform gerecht zu werden, legen wir einen starken Fokus auf die Verwendung hochwertiger Materialien und neuer, innovativer Fertigungstechniken. Intensive **Qualitätskontrollen auf allen Fertigungsstufen** sowie das Einbeziehen von Kundenfeedback sollen zur kontinuierlichen Verbesserung des Herstellungsprozesses und Minimierung der verbundenen Risiken beitragen. Zudem werden sowohl eigene als auch Produktionsstandorte von Partnern regelmäßig auf die strikte Einhaltung der zentralen Qualitätsvorgaben überprüft. Daneben sollen Wareneingangskontrollen sowie intensive Qualitätstests am Firmensitz in Metzingen die hohen Qualitätsstandards von HUGO BOSS sicherstellen. Grundsätzlich bezieht HUGO BOSS auch Risikokriterien in die Produktentwicklung mit ein, da

dies einen direkten positiven Einfluss auf die Geschäftsentwicklung von HUGO BOSS haben kann. So kann sich beispielsweise eine weitere Verbesserung der Produktqualität positiv auf die Retourenquote und damit auf die Umsatzentwicklung auswirken. > **Produktentwicklung und -innovation, > Beschaffung und Produktion**

Logistikrisiken

HUGO BOSS ist **Logistikrisiken** ausgesetzt, die sich auf potenzielle Unterbrechungen beim Warentransport, etwa aufgrund einer möglichen Verknappung der See- und Luftfracht, oder auf unzureichende Lagerkapazitäten beziehen. Damit unmittelbar verbunden sind Risiken eines allgemeinen Anstiegs der Frachtkosten sowie einer deutlich verzögerten Produktverfügbarkeit.

Im Zuge des anhaltenden militärischen Konflikts im Nahen Osten und seiner Auswirkungen auf wichtige Seefrachtrouten im Roten Meer hat sich der Wettbewerb um **globale Transport- und Logistikkapazitäten** gegen Ende des Jahres 2023 spürbar verschärft, was zu einem Anstieg der Seefrachtraten und einer Verlängerung der Seefrachtroute von Asien nach Europa um mehrere Wochen geführt hat. Obwohl HUGO BOSS für das Jahr 2024 keine signifikanten Auswirkungen auf die Produktverfügbarkeit erwartet, geht das Unternehmen davon aus, dass sich die insgesamt gestiegenen Seefrachtraten in gewissem Maße auf die Inputkosten auswirken werden. Das Unternehmen beobachtet die Situation weiterhin aufmerksam und wird bei Bedarf entsprechende Anpassungsmaßnahmen ergreifen. Auch unabhängig davon können jedoch erhebliche Unterbrechungen bei der Produktverfügbarkeit und damit einhergehende entgangene Absatzchancen nie vollständig ausgeschlossen werden. > **Beschaffung und Produktion**

Darüber hinaus können **temporäre Ausfälle oder Verluste von Lagerstandorten oder Förderanlagen** grundsätzlich zu entgangenen Umsatzchancen führen. Die Sicherstellung ausreichender Lagerkapazitäten und einer reibungslosen Warenauslieferung stellt einen wesentlichen Aspekt im Rahmen des strategischen Claims „Organize for Growth“ dar. Die Lagerung der unternehmenseigenen Vorräte konzentriert sich auf ausgewählte, zumeist von HUGO BOSS betriebene Standorte. Dabei bilden die jeweils in unmittelbarer Nähe zum Hauptsitz in Metzingen angesiedelten zentralen Distributionszentren für Hängewaren, Liegewaren sowie das eigene Onlinegeschäft das Herzstück des konzernweiten Logistiknetzwerks. Insgesamt stellen Kapazitätsengpässe aufgrund des starken Umsatzwachstums ein spürbares Risiko, da sie zu einer verzögerten Auslieferung von Waren oder zu Unterbrechungen der Produktverfügbarkeit am Point of Sale führen können. Mit dem Ziel, die **Effizienz und Flexibilität seiner Logistik stetig zu verbessern** und dabei gleichzeitig die damit verbundenen Risiken weitestgehend zu minimieren, arbeitet HUGO BOSS auch künftig an der weiteren Optimierung seiner weltweiten Logistikplattform. In diesem Zusammenhang wurde Ende 2023 die strategische Erweiterung eines unserer wichtigsten Distributionszentren begonnen. Dieses mehrjährige Projekt zielt darauf ab, sowohl die Versand- als auch die Lagerkapazitäten deutlich zu erhöhen und gleichzeitig den Fokus auf die weitere Digitalisierung und Automatisierung wichtiger Prozesse zu legen. An sämtlichen Lagerstandorten wird darüber hinaus die Einhaltung umfangreicher **Brandschutz- und Sicherheitsmaßnahmen** kontinuierlich überprüft. Das unmittelbare finanzielle Risiko eines Waren- und Anlagenverlusts in den Lägern ist zudem über Versicherungen abgedeckt. > **Beschaffung und Produktion**

Organisatorische Risiken

Zu den organisatorischen Risiken zählt HUGO BOSS Governance- und Compliance-Risiken, IT-Risiken und Personalrisiken.

Governance- und Compliance-Risiken

Sämtliche Mitarbeiter von HUGO BOSS sind zur Einhaltung des konzernweit geltenden **Verhaltenskodex** und ergänzender spezifischer **Compliance-Regeln** verpflichtet. Die Konzerngesellschaften werden regelmäßigen Risikoanalysen und gegebenenfalls detaillierten Audits unterzogen. Die Einhaltung der Compliance-Regeln wird durch die zentrale Compliance-Abteilung überwacht und Verstöße entsprechend an den Vorstand und den Aufsichtsrat berichtet. > **Corporate Governance und Erklärung zur Unternehmensführung, > Zusammengefasste Nichtfinanzielle Erklärung, Bekämpfung von Korruption und Bestechung**

Verstöße gegen den **Datenschutz** stellen ein erhöhtes Compliance-Risiko dar. Diesem Risiko begegnet der Konzern mit einer datenschutzkonformen Aufstellung und **angemessenen technischen und organisatorischen Maßnahmen**. Mittels tätigkeitsbezogener Schulungen, der Verpflichtung zur Einhaltung des Verhaltenskodex sowie einer gesonderten Vertraulichkeitsvereinbarung werden alle Mitarbeiter für datenschutzrechtliche Fragen sensibilisiert. Sämtliche internen Prozesse und Systeme zur Verarbeitung personenbezogener Daten werden fortlaufend an datenschutzrechtlichen Vorgaben gemessen und kontinuierlich optimiert. > **Zusammengefasste Nichtfinanzielle Erklärung, Sozialbelange**

IT-Risiken

Effiziente Prozesse und ein reibungsloser Geschäftsablauf sind in starkem Maße von einer leistungsstarken, konzernweit einheitlichen und sicheren IT-Infrastruktur abhängig. Schwerwiegende **Ausfälle der IT-Systeme** des Konzerns können wesentliche Geschäftsunterbrechungen zur Folge haben. Zudem können **Cyberangriffe** zu erheblichen und langanhaltenden Systemunterbrechungen, dem Verlust vertraulicher Daten und infolgedessen zu Reputationsschäden sowie Haftungsansprüchen führen. Eine länger andauernde Systemunterbrechung könnte erhebliche Auswirkungen auf den Geschäftsbetrieb haben, etwa mit Blick auf die Verarbeitung von Waren in unseren Lagern. Zur Reduzierung dieser Risiken werden von der zentralen IT-Abteilung regelmäßig vorbeugende Systemwartungen und Sicherheitsüberprüfungen durchgeführt, mehrstufige Sicherheits- und Antivirenkonzepte implementiert und stellenbezogene Zugriffsrechte vergeben. Darüber hinaus sollen Zugangskontrollsysteme, eine tägliche Sicherung der Daten des konzernweiten ERP-Systems, eine unabhängige Energieversorgung sowie regelmäßige Onlinetrainings der Mitarbeiter die IT-Sicherheit im Konzern erhöhen. Die Interne Revision prüft regelmäßig die Sicherheit und Verlässlichkeit der IT-Systeme sowie die Wirksamkeit der implementierten Kontrollmechanismen.

HUGO BOSS geht davon aus, dass weltweite Cyberangriffe langfristig weiter zunehmen werden, insbesondere vor dem Hintergrund zunehmender geopolitischer Spannungen und der Verfügbarkeit neuer, auf künstlicher Intelligenz basierender Technologien. Es wird erwartet, dass die Auswirkungen mit zunehmender Technologieabhängigkeit weiter zunehmen werden, was unbekannte, jedoch grundsätzlich schwerwiegende Folgen nach sich ziehen kann. Folglich betrachtet HUGO BOSS dieses Risiko als ein „**emerging risk**“. Mit dem Ziel, die Fähigkeit zur angemessenen Reaktion auf potenzielle Cyberangriffe weiter zu stärken, will das Unternehmen auch künftig an der kontinuierlichen Verbesserung seines Programms zur Informationssicherheit arbeiten. HUGO BOSS hat in diesem Zusammenhang etwa ein sogenanntes Security-Information-and-Event-Management-System implementiert. Dieser Sicherheitsmanagementansatz soll eine ganzheitliche Sicht auf die IT-Sicherheit des Konzerns ermöglichen.

Personalrisiken

Die erfolgreiche Umsetzung unserer „CLAIM 5“-Strategie und die Erreichung unserer Ziele für 2025 hängen in hohem Maße von dem Know-how, dem Einsatz und der Leistung unserer globalen Belegschaft ab. Die Sicherstellung einer fairen und wertebasierten Unternehmenskultur soll dafür eine starke Grundlage bieten. Personalrisiken können sich im Wesentlichen durch **Engpässe bei der Personalbeschaffung, Fachkräftemangel** sowie eine **zu hohe Fluktuation** ergeben. HUGO BOSS begegnet diesen Risiken mittels einer vorausschauenden Personalplanung, umfassender Entwicklungs- und Weiterbildungsmaßnahmen, einer kontinuierlichen Weiterentwicklung des leistungsgerechten Vergütungssystems sowie flexibler Arbeitszeitmodelle. Letztere sollen für eine höhere Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben sowie zur weiteren Verbesserung der Arbeitgeberattraktivität beitragen. Um die Mitarbeiterzufriedenheit regelmäßig zu erfassen, führt HUGO BOSS jährlich eine **Mitarbeiterbefragung** in Kooperation mit Great Place to Work Deutschland durch. In diesem Zusammenhang lag die Gesamtzufriedenheit im Jahr 2023 konzernweit bei 77 % (2022: 78 %). Das Unternehmen hat sich zum Ziel gesetzt, auch in den kommenden Jahren ein hohes Niveau von mindestens 75 % Gesamtzufriedenheit beizubehalten. > **Mitarbeiter und Teams**

Chancenbericht

Die **frühzeitige Identifikation und konsequente Nutzung unternehmerischer Chancen** ist als Teil der erfolgreichen Umsetzung unserer „CLAIM 5“-Strategie von besonderer Bedeutung und ein wichtiges Element zur nachhaltigen Steigerung des Unternehmenswerts. Chancen werden bei HUGO BOSS als mögliche positive Abweichungen von geplanten Zielgrößen beziehungsweise von getroffenen Annahmen im Rahmen der Unternehmensplanung definiert.

Chancenmanagement

Aufgrund der direkten Verknüpfung mit den Zielen des jeweiligen Geschäftsbereichs obliegt die **Verantwortung** für die Identifikation, Bewertung und Nutzung von unternehmerischen Chancen dem operativen Management in den jeweiligen Regionen, Einzelmärkten und Zentralfunktionen. Chancen werden dabei immer im Zusammenhang mit eventuellen Risiken betrachtet. Sie werden nur dann verfolgt, wenn sie die mit ihnen verbundenen Risiken überwiegen und die Risiken als beherrschbar und in ihren potenziellen Auswirkungen als begrenzt eingeschätzt werden.

Kurzfristige Chancen, verstanden als mögliche positive Abweichungen vom geplanten operativen Ergebnis (EBIT) für das laufende Geschäftsjahr, werden in regelmäßigen Abständen mit dem Management des jeweiligen Marktes oder der jeweiligen Region beziehungsweise mit den Zentralfunktionen diskutiert. Bei Bedarf werden geeignete Maßnahmen zu ihrer Nutzung eingeleitet. Das **langfristige Chancenmanagement** ist unmittelbar mit unserer „CLAIM 5“-Strategie verknüpft. Identifizierte und anhand ihres Beitrags zum Unternehmenswert bewertete Chancen werden im Rahmen der strategischen Planung mehrmals jährlich analysiert. Basierend darauf teilt der Vorstand den operativen Einheiten die notwendigen Ressourcen zu, um von der Realisierung der jeweiligen Chancen profitieren zu können.

Erläuterung der Chancen

Insgesamt sieht HUGO BOSS weiterhin große Wachstumschancen über sein gesamtes Geschäftsmodell hinweg und ist fest entschlossen, diese auch im kommenden Jahr über beide Marken, sämtliche Kanäle und alle Regionen hinweg zu nutzen. HUGO BOSS hat für 2024 insbesondere die folgenden wesentlichen **Chancen** identifiziert, die ihren Ursprung sowohl im Unternehmensumfeld als auch in der „CLAIM 5“-Strategie sowie der operativen Umsetzung selbst haben.

Externe Chancen

Als Unternehmen der globalen Bekleidungsindustrie kann HUGO BOSS unmittelbar von positiven gesamtwirtschaftlichen Entwicklungen und deren Auswirkungen auf die Verbraucherstimmung und das Kaufverhalten der Kunden profitieren. So könnte beispielsweise eine schneller als erwartet stattfindende Normalisierung der weltweiten Inflation und des Zinsniveaus oder eine stärker als erwartet eintretende Erholung der weltweiten Handels- und Investitionsströme zu einem insgesamt größeren Wirtschaftswachstum und damit zu einer spürbaren **Aufhellung der weltweiten Verbraucherstimmung** führen. Dies wiederum könnte sich grundsätzlich positiv auf die Nachfrage nach Premiumbekleidung und Accessoires auswirken. Darüber hinaus könnten **gesellschaftliche Trends**, die den Wert hochwertiger Premiumbekleidung stärker als bisher betonen, die Umsatzentwicklung von HUGO BOSS auch unabhängig von der allgemeinen Entwicklung der Verbraucherstimmung unterstützen.

Regulatorische und gesetzgeberische Veränderungen können einen potenziell positiven Einfluss auf die Absatzchancen und die Profitabilität des Unternehmens haben. Eine konsequentere Verfolgung und Bestrafung von Verletzungen der Markenrechte kann beispielsweise die Umsatzentwicklung positiv beeinflussen. Zudem kann sich der Abbau von Zöllen positiv auf die Profitabilität des Unternehmens auswirken.

Finanzielle Chancen

Günstige **Wechselkursentwicklungen** können die Ergebnisentwicklung von HUGO BOSS potenziell positiv beeinflussen. Die Konzern-Treasury-Abteilung analysiert das Marktumfeld kontinuierlich und ist im Rahmen der Grundsätze des Finanzmanagements für die Identifikation und Nutzung diesbezüglicher Chancen verantwortlich. > [Finanzlage](#)

Strategische und operative Chancen

Im Rahmen unserer **„CLAIM 5“-Strategie** und nach der erfolgreichen Umsetzung unserer umfassenden Markenerneuerung im Jahr 2022 wollen wir die Relevanz unserer beiden Marken BOSS und HUGO weiter steigern und damit auch in den kommenden Jahren das Umsatz- und Ergebniswachstum weiter vorantreiben. Mit einem umfangreichen Angebot an Premiumbekleidung und -accessoires wollen wir vor allem von der global **wachsenden Mittel- und Oberschicht** profitieren. Dabei fokussieren wir uns insbesondere auf jüngere Kundengruppen wie etwa die für die Premium-Bekleidungsbranche besonders relevanten **Millennials und Gen Z**, die Schätzungen zufolge bis 2030 die größte Kundengruppe des Sektors ausmachen wird. > [Konzernstrategie](#)

Aufbauend auf der robusten Umsatzdynamik der letzten Jahre wird die erfolgreiche Umsetzung von „CLAIM 5“ auch im Geschäftsjahr 2024 und darüber hinaus von zentraler Bedeutung sein, um die Chancen in allen Geschäftsbereichen voll auszuschöpfen. Vor allem werden wir – ganz im Sinne unseres strategischen Claims **„Boost Brands“** – auch weiterhin auf die starke Markenkraft von BOSS und HUGO setzen und die Interaktion mit unseren Kunden ausbauen, um ihre Loyalität weiter zu festigen. Insbesondere werden wir auch weiterhin auf spektakuläre und reichweitenstarke Markenkampagnen setzen, um die Relevanz unserer Marken spürbar zu erhöhen und neue und jüngere Zielgruppen zu gewinnen. Darüber hinaus sollen außergewöhnliche Events und aufsehenerregende Kooperationen die Markenrelevanz weiter steigern. Um zukünftiges Wachstum zu unterstützen, sollen sich unsere **Marketinginvestitionen** auch in Zukunft in einer Spannweite von 7% bis 8% des Konzernumsatzes bewegen. Eine weitere signifikante Steigerung der Markenrelevanz kann sich unmittelbar positiv auf die Verbrauchernachfrage auswirken und dabei insbesondere den Vollpreisverkauf ankurbeln, was in der Folge zu einem über den Erwartungen liegenden Umsatz und Ergebnis führen kann.

> **Konzernstrategie, „Boost Brands“**

Gleichzeitig wird HUGO BOSS auch in Zukunft Chancen in Zusammenhang mit der weiteren Steigerung der Attraktivität seiner Kollektionen voll ausschöpfen. Unter dem Claim **„Product is Key“** werden wir uns weiterhin darauf konzentrieren, die **24/7-Lifestyle-Markenimages** von BOSS und HUGO zu stärken und dadurch neue Kundengruppen über alle Trageanlässe hinweg zu erschließen. In diesem Zusammenhang wird die Ausschöpfung des großen Potenzials der Marken BOSS und HUGO auch in Zukunft eine wichtige Rolle spielen. Bei **BOSS** führen wir die Markenlinien BOSS Black, BOSS Orange, BOSS Green und BOSS Camel. Letztere wird in wichtigen Märkten gut angenommen, weshalb wir planen, das Produktangebot von BOSS Camel weiter auszubauen. Bei **HUGO** bietet die Einführung von HUGO BLUE Anfang 2024 das Potenzial, das Denimwear-Angebot der Marke auf ein neues und jüngeres Publikum auszuweiten. Darüber hinaus bietet der weitere Ausbau unseres 24/7-Lifestyle-Versprechens als Teil unseres **globalen Lizenzgeschäfts** zusätzliche Chancen. In diesem Zusammenhang haben wir bereits im Jahr 2023 in neue Lifestyle-Kategorien wie Radsport oder Reitsport expandiert. Die konsequente Nutzung der verschiedenen produktseitigen Chancen kann sich unmittelbar positiv auf die Geschäftsentwicklung von HUGO BOSS auswirken.

Gleichzeitig werden wir in den kommenden Jahren weiter in unser Produktangebot investieren, um das **Preis-Leistungs-Verhältnis** unserer Produkte weiter zu verbessern. Dadurch wollen wir Premiumqualität, ein hohes Maß an Innovation und Nachhaltigkeit sowie klare Unterscheidungsmerkmale garantieren. Wir sind zudem fest entschlossen, auch künftig das volle Potenzial der **Casualwear** auszuschöpfen und so den Trend der Casualisierung mit anzuführen. Gleichzeitig wollen wir unser wichtiges **Formalwear**-Geschäft durch dessen moderne Interpretation weiter stärken. In diesem Zusammenhang haben wir bereits eine Reihe innovativer und funktionaler Produkte, darunter einen waschbaren Anzug sowie einen extra warmen Flanellanzug, auf den Markt gebracht. Da nach dem Abklingen der Pandemie die Formalwear global wieder an Bedeutung gewinnt, bieten sowohl das Formalwear- als auch das Casualwear-Segment dem Unternehmen enormes Potenzial. Dies sollte es uns ermöglichen, im gehobenen Premiumsegment der globalen Bekleidungsindustrie auch weiterhin den Ton anzugeben. > **Konzernstrategie, „Product is Key“**

Im Rahmen unseres strategischen Claims **„Drive Omnichannel“** werden wir auch künftig unseren hochwertigen Vertriebskanalmix auf globaler Ebene voll ausschöpfen. In diesem Zusammenhang sehen wir insbesondere Chancen, die Besucherzahlen und Konversionsraten entlang sämtlicher Kundenkontaktpunkte weiter zu steigern. Aufbauend auf unserer starken Markenkraft wollen wir unsere Omnichannel-Aktivitäten in den kommenden Jahren weiter vorantreiben. Dabei wollen wir ein **nahtloses Markenerlebnis über alle**

Kundenkontaktpunkte hinweg sicherstellen. Zu diesem Zweck soll die Produktivität im **stationären Einzelhandel** auch in Zukunft weiter gesteigert werden, wobei der weltweite Rollout unserer neuen, deutlich emotionaleren Storekonzepte für BOSS und HUGO bereits in vollem Gange ist. Neben der Optimierung und Modernisierung unseres bestehenden Storenetzwerks planen wir zudem eine selektive Ausweitung unserer weltweiten Einzelhandelspräsenz. Darüber hinaus wollen wir auf unserer wiedergewonnenen Stärke im **stationären Großhandel** aufbauen und die 24/7-Lifestyle-Images von BOSS und HUGO weiter ausbauen, nachdem wir seit der Einführung von „CLAIM 5“ bereits erfolgreich unsere Sichtbarkeit und Marktpräsenz erhöht haben. Zudem werden wir unser globales Franchise-Geschäft stärken, indem wir in den kommenden Jahren die Gesamtzahl der Franchise-Geschäfte im Vollpreissegment erhöhen, mit besonderem Schwerpunkt auf den Schwellenländern. Im Hinblick auf unser **digitales Geschäft** werden wir den Fokus auf die weitere Steigerung der Besucherzahlen und Konversionsraten legen, insbesondere bei unserem digitalen Flaggschiff hugoboss.com, und gleichzeitig das Wachstum mit digitalen Partnern fördern. Die konsequente Nutzung der verschiedenen vertrieblichen Möglichkeiten kann sich unmittelbar positiv auf die Geschäftsentwicklung von HUGO BOSS auswirken. > **Konzernstrategie, „Drive Omnichannel“**

Wir sehen die Digitalisierung als Schlüssel für ein personalisiertes, nahtloses Omnichannel-Erlebnis und gleichzeitig als bedeutende Chance, die Effizienz und Flexibilität entlang der gesamten Wertschöpfungskette weiter zu steigern. Im Rahmen unserer Claims **„Lead in Digital“** und **„Organize for Growth“** treiben wir die weitere Digitalisierung sämtlicher Geschäftsaktivitäten voran – von der digitalen Trenderkennung und Produktentwicklung über KI-gestützte Preisgestaltung bis hin zu digitalen Showrooms und innovativen Erlebnissen im Metaverse. Der **HUGO BOSS Digital Campus** ist das Herzstück unserer digitalen Reise. Er wird unsere digitale Kompetenz weiter stärken und das Kundenerlebnis durch die gezielte Nutzung von Daten auf das nächste Level heben. Darüber hinaus implementiert HUGO BOSS eine digitale Kopie seiner Wertschöpfungskette – den **Digital TWIN** – eine intelligente und technologiegetriebene Business-Operations-Plattform, die darauf abzielt, die Nutzung von Echtzeitdaten stark zu verbessern. Dadurch sollen die Nachfrage- und Logistikplanung, die Bestandsallokation sowie die Transparenz innerhalb der Lieferkette des Unternehmens weiter verbessert werden. Größere Erfolge als erwartet in diesen Bereichen können sich unmittelbar positiv auf die Umsatz- und Ergebnisentwicklung von HUGO BOSS auswirken. > **Konzernstrategie, „Lead in Digital“, > Konzernstrategie, „Organize for Growth“**

In den vergangenen Jahren hat die Bedeutung von Umwelt- und Klimaschutz auch auf Verbraucherseite spürbar zugenommen. Neben qualitativ hochwertigen Produkten und einem einzigartigen Einkaufserlebnis wird seitens der Kunden zunehmend die Einhaltung anspruchsvoller ökologischer und sozialer Standards erwartet. Wir sehen die Intensivierung unserer vielfältigen **Aktivitäten im Bereich Nachhaltigkeit** daher als zusätzliche Chance, neue, nachhaltig orientierte Konsumenten für uns zu gewinnen und gleichzeitig einen positiven Einfluss auf Gesellschaft und Umwelt zu haben. Nachhaltigkeit ist daher integraler Bestandteil unserer „CLAIM 5“-Strategie. In diesem Zusammenhang und ganz im Sinne unseres Bekenntnisses, spürbar zur Schaffung eines Planeten frei von Abfall und Verschmutzung beizutragen, haben wir 2023 eine neue Nachhaltigkeitsstrategie eingeführt. Diese zielt unter anderem darauf ab, unser Angebot an kreislauffähigen Produkten in den kommenden Jahren deutlich auszubauen. Neben den direkten Chancen in Form von Umsatzsteigerungen und Kostensenkungen sehen wir in nachhaltigem Handeln auch eine Chance, die allgemeine Reputation unseres Unternehmens und unserer Marken weiter zu verbessern. > **Nachhaltigkeit, > Zusammengefasste Nichtfinanzielle Erklärung**

Organisatorische Chancen

HUGO BOSS ist der festen Überzeugung, dass seine Mitarbeiter der Schlüssel zur erfolgreichen Umsetzung von „CLAIM 5“ sind. Wir möchten deshalb eine **Unternehmenskultur** fördern, in der die Werte Unternehmergeist, Verantwortung, Teammentalität, Einfachheit und Qualität sowie jugendlicher Spirit fest verankert sind. Sie bilden die Leitlinien für die tägliche Zusammenarbeit und sollen eine Kultur des gegenseitigen Vertrauens fördern. Damit geht die Chance einher, Kreativität und Innovation zu fördern, Ideen und Prozesse schneller und umfassender umzusetzen und folglich Wettbewerbsvorteile zu erzielen.

Als international agierendes Unternehmen sind **Vielfalt, Gerechtigkeit und Inklusion (Diversity, Equity, and Inclusion, DE&I)** ein elementarer Bestandteil unserer Unternehmenskultur. Wir sind davon überzeugt, dass heterogene und inklusive Teams bessere und kreativere Lösungen für komplexe Problemstellungen erzielen können und somit einen positiven Beitrag zur erfolgreichen Umsetzung unserer „CLAIM 5“-Strategie leisten. Um der Wichtigkeit des Themas Rechnung zu tragen und allen Mitarbeitern ein diskriminierungsfreies Arbeitsumfeld und Chancengleichheit zu garantieren, hat HUGO BOSS zahlreiche Initiativen implementiert. Bei der Umsetzung definierter Maßnahmen unterstützt zudem eine interne Diversity Task Force, in der Mitarbeiter unterschiedlicher Herkunft und verschiedenster Standorte und Funktionsbereiche ausgewählte Themen in unserem Unternehmen weiter vorantreiben. Wir sind davon überzeugt, dass sich die Intensivierung unserer Tätigkeiten im wichtigen Bereich DE&I positiv auf die Mitarbeiterzufriedenheit auswirkt und auch von potenziellen Bewerbern als relevanter Faktor angesehen wird.

HUGO BOSS richtet seine **Personalarbeit** an dem Ziel aus, die Rahmenbedingungen im Unternehmen so zu gestalten, dass jeder Mitarbeiter sein individuelles Talent entfalten, sich weiterentwickeln und direkt zur erfolgreichen Umsetzung von „CLAIM 5“ beitragen kann. Dazu setzen wir insbesondere bei den Erkenntnissen an, die wir aus der jährlichen Mitarbeiterbefragung gewinnen. Zukünftige Erfolge in der strategischen Personalarbeit können sich grundsätzlich positiv auf die Umsatz- und Ertragslage des Unternehmens auswirken.

> **Mitarbeiter und Teams**

Wesentliche Merkmale des internen Kontroll- und Risikomanagementsystems

Bei den Angaben in diesem Abschnitt handelt es sich um sogenannte lageberichts-fremde Angaben, die nicht Gegenstand der Abschlussprüfung sind.

Internes Kontrollsystem (IKS) und Risikomanagementsystem (RMS)

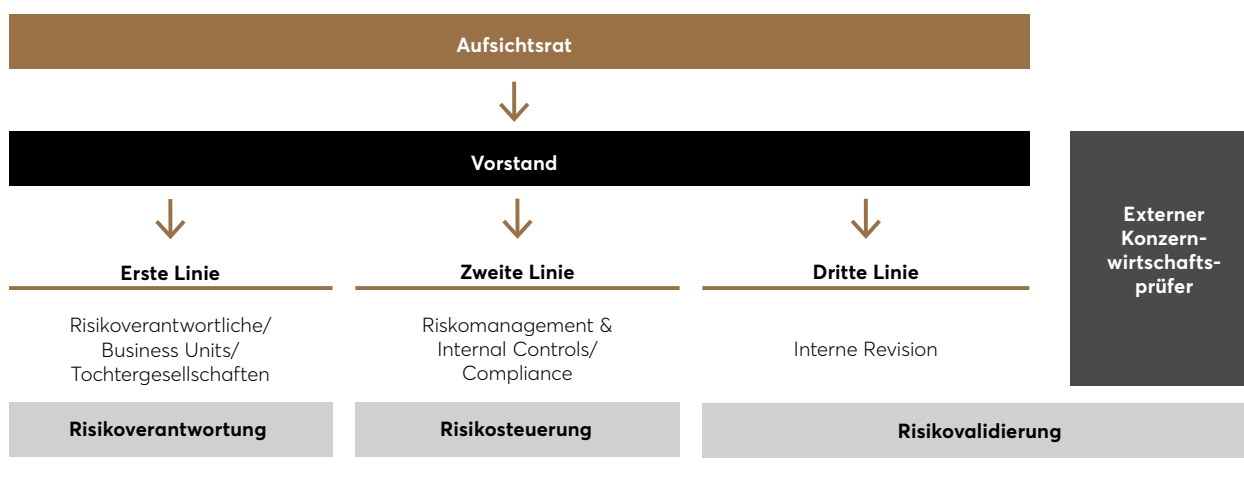
Das **IKS und RMS von HUGO BOSS** ist gemäß den vom Vorstand festgelegten Prinzipien, Richtlinien und Maßnahmen gestaltet, die darauf abzielen, die strategischen und operativen Entscheidungen des Vorstands organisatorisch umzusetzen. Es umfasst das Management von Risiken und Chancen im Hinblick auf das Erreichen der Geschäftsziele, die Ordnungsmäßigkeit und Verlässlichkeit der internen und externen Rechnungslegung sowie die Einhaltung der für HUGO BOSS relevanten rechtlichen Bestimmungen und Vorschriften. Dies schließt auch Nachhaltigkeitsaspekte ein, die kontinuierlich gemäß regulatorischen

Vorgaben weiterentwickelt werden. Unser IKS und RMS ist an dem weltweit anerkannten **COSO-Rahmenwerk** (Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission) ausgerichtet und wird kontinuierlich an die spezifischen Anforderungen von HUGO BOSS angepasst.

HUGO BOSS verfügt über eine **übergreifende, integrierte IKS- und RMS-Methodik (RIC-Methodik)** mit einem standardisierten Verfahren, nach dem notwendige Kontrollen definiert, nach einheitlichen Vorgaben dokumentiert und regelmäßig auf ihre Angemessenheit und Wirksamkeit überprüft werden. Weitere Informationen zu unserem RMS finden sich im Abschnitt Risikomanagementsystem dieses Risiko- und Chancenberichts.

> **Risikobericht, Risikomanagementsystem**

THREE LINES-MODELL (DREILINIENMODELL)



Zur klaren Definition und Aufteilung von Verantwortlichkeiten und zur effektiven Abwehr von Risiken hat HUGO BOSS das **„Three Lines“-Modell** (Dreiliniensmodell) implementiert. In der ersten Verteidigungslinie übernehmen die **operativen Einheiten** gemäß konzernweit definierten Standards die Verantwortung für die Definition und Implementierung angemessener und wirksamer Kontrollen zur Minderung von Risiken im jeweiligen Verantwortungsbereich. Die zweite Verteidigungslinie besteht aus spezialisierten **Governance-Funktionen**, insbesondere den zentralen Abteilungen Risk Management & Internal Control und Compliance & Human Rights, die für die Definition und Methodik des internen Kontrollrahmens sowie das Management des Bewertungs- und Kontrollprozesses zuständig sind und unabhängig von den operativen Einheiten objektive Überwachung und Beratung bieten. Vorstand, Prüfungsausschuss und Aufsichtsrat der HUGO BOSS AG werden regelmäßig sowie anlassbezogen über potenzielle wesentliche Kontrollschwächen, die Angemessenheit und Wirksamkeit der eingerichteten Kontrollen sowie die Risikolage des Unternehmens informiert. Die Überwachung des IKS und RMS einschließlich deren Angemessenheit und Wirksamkeit obliegt dem Prüfungsausschuss und dem Aufsichtsrat der HUGO BOSS AG. Die dritte Verteidigungslinie, die **Interne Revision**, prüft im Rahmen ihrer Überwachungsfunktion die Einhaltung gesetzlicher Rahmenbedingungen und konzerninterner Richtlinien für das IKS und RMS des Konzerns, insbesondere die Ausgestaltung, Einhaltung und Wirksamkeit der im Rahmen des IKS und RMS definierten Kontrollen. Bei Bedarf werden entsprechende Maßnahmen in Kooperation mit Risk Management & Internal Control sowie dem jeweilig zuständigen Fachbereich initiiert, um die identifizierten Schwachstellen im Rahmen eines definierten Prozesses zu beheben. Die Interne Revision berichtet die Ergebnisse ihrer Arbeit regelmäßig dem Vorstand und dem Prüfungsausschuss von HUGO BOSS.

Der externe **Abschlussprüfer** würdigt im Rahmen der Konzernabschlussprüfung die Eignung der im Unternehmen implementierten Maßnahmen zur frühzeitigen Erkennung bestandsgefährdender Risiken. Zudem berichtet er dem Prüfungsausschuss und dem Aufsichtsrat im Rahmen der Abschlussprüfung über wesentliche festgestellte Schwächen des IKS und des RMS bezogen auf den Rechnungslegungsprozess. Seitens des Unternehmens erfolgt sowohl für das IKS als auch für das RMS eine **fortlaufende Überwachung der Prozesse und Systeme**, um identifizierte Schwächen zu beheben und eine fortlaufende Verbesserung der Prozesse und Systeme sicherzustellen. Aufgrund der vielschichtigen Prozesslandschaft sowie der hohen Veränderungsgeschwindigkeit der gesetzlichen Anforderungen an nichtfinanzielle Informationen entspricht insbesondere der Reifegrad des IKS in Bezug auf die nachhaltigkeitsbezogenen Aspekte noch nicht dem des rechnungslegungsbezogenen IKS.

Zum Berichtszeitpunkt liegen in allen wesentlichen Belangen **keine Anhaltspunkte** vor, die auf eine gesamtheitliche Nichtangemessenheit und Nichtwirksamkeit des IKS und RMS hinweisen. Dessen ungeachtet gibt es inhärente Beschränkungen der Wirksamkeit eines jeden IKS und RMS. Selbst wenn ein System als angemessen und wirkungsvoll bewertet wurde, besteht keine Garantie dafür, dass alle tatsächlich auftretenden Risiken im Voraus erkannt oder dass jegliche Verstöße gegen Prozesse unter allen denkbaren Umständen ausgeschlossen werden können.

Compliance-Management-System (CMS)

Das IKS und RMS von HUGO BOSS umfasst darüber hinaus Risiken und Kontrollen aus dem **CMS**, die aus der engen Zusammenarbeit von Risk Management & Internal Control und Compliance & Human Rights abgeleitet werden. Das CMS ist integraler Bestandteil des IKS und RMS und basiert auf den Elementen des Standards IDW PS 980. Es umfasst relevante Risikofelder wie etwa Anti-Korruption, Kartellrecht, Datenschutz, Geldwäscheprävention, Sanktionsprävention und die Sicherstellung von Menschenrechten und beruht auf einem umfassenden internen Regelwerk. Der **HUGO BOSS Verhaltenskodex** definiert die grundlegenden Prinzipien und Verhaltensstandards, die von allen Mitarbeitern in den Geschäftseinheiten und im Umgang mit Kunden, Partnern und der Öffentlichkeit einzuhalten sind. Darüber hinaus existieren umfassende interne **Compliance-Vorschriften**, einschließlich entsprechender Kontrollen, die sämtliche Mitarbeiter dazu verpflichten, die Umsetzung des CMS sicherzustellen. Sie enthalten für die einzelnen Risikofelder themenspezifische Anwendungsbestimmungen zu Compliance-Prozessen und -Tools sowie zusätzliche Leitlinien und Informationen.

Das Compliance-Risikomanagement sowie Compliance-Überprüfungen sind Bestandteile des CMS und zielen darauf ab, **Compliance-Risiken** frühzeitig zu erkennen und somit angemessene und effektive Maßnahmen zur Vermeidung oder Minimierung dieser Risiken zu ermöglichen. Die Ergebnisse des CMS fließen in das unternehmensweite RMS ein. Die Compliance-Abteilung stellt mittels unterschiedlicher Maßnahmen die konzernweite Umsetzung, Einhaltung und **kontinuierliche Weiterentwicklung des CMS** und der entsprechenden Prozesse sicher. Unter Einbezug der Erkenntnisse des Compliance-Risikomanagements sowie der Compliance-Kontrollen und -Prüfungen wird das CMS insbesondere laufend an die unternehmensspezifischen Risiken und lokalen rechtlichen Anforderungen angepasst. Vorstand und Aufsichtsrat werden regelmäßig über wesentliche Compliance-Themen informiert.

Angaben zum internen Kontroll- und Risikomanagementsystem im Hinblick auf den (Konzern-)Rechnungslegungsprozess nach §§ 289 Abs. 4 und 315 Abs. 4 HGB

Das IKS und RMS hat im Hinblick auf den (Konzern-)Rechnungslegungsprozess und die Abschlusserstellung des HUGO BOSS Konzerns zum Ziel, sämtliche Geschäftsvorfälle bilanziell richtig abzubilden. So sollen die **Zuverlässigkeit der Finanzberichterstattung** und die **Übereinstimmung aller rechnungslegungsbezogenen Aktivitäten mit Gesetzen und Richtlinien** gewährleistet werden. Sämtliche Vermögenswerte und Schulden sollen im Konzernabschluss hinsichtlich Ansatz, Bewertung und Ausweis zutreffend erfasst werden, und somit eine verlässliche Aussage über die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns zu ermöglichen. Neben der Einhaltung gesetzlicher und unternehmensinterner Vorschriften bilden die Verwendung effizienter IT-Systeme, die klare Definition von Verantwortlichkeiten sowie die geeignete Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter im Finanzbereich die Grundlage eines ordnungsgemäßen, konsistenten und effizienten Rechnungslegungsprozesses.

Verwendung effizienter IT-Systeme

Kontrollen aller Geschäftsbereiche setzen die Verfügbarkeit und Bereitstellung zuverlässiger und zeitnaher Informationen voraus. Den Reportingsystemen des HUGO BOSS Konzerns kommt daher eine hohe Bedeutung zu. Das im Jahr 2022 gestartete mehrjährige Projekt zur Umstellung des derzeitigen SAP-basierten ERP-Systems des Konzerns auf SAP S/4HANA soll künftig eine noch **höhere Kontrollqualität** sicherstellen.

Ziel der **konzernweiten SAP Security Policy** ist die Vermeidung unbefugter Datenzugriffe sowie die Sicherstellung der Integrität, Verfügbarkeit und Authentizität der rechnungslegungsrelevanten Inhalte. Sie enthält zudem Anforderungen an die Kontrolle der Ordnungsmäßigkeit im zentralen Finanzbereich. Systemgestützte Kontrollen und workflowbasierte Prozesse mit Vorgabe eines Vieraugenprinzips, einer angemessenen Funktions-trennung sowie interner Genehmigungsverfahren ergänzen die IT-Sicherheit der rechnungslegungsrelevanten Prozesse. Hierzu gehören unter anderem die Rechnungskontrolle und -freigabe, die Beschaffungsprozesse und das durch die zentrale IT-Abteilung verantwortete SAP-Berechtigungsmanagement.

Klare Definition von Verantwortlichkeiten

Im Rahmen des standardisierten Berichtswesens erstellen die Konzerngesellschaften monatlich IFRS-basierte Einzelabschlüsse und liefern diese zusammen mit weiteren Kennzahlen und Erläuterungen an den **zentralen Finanzbereich**. Ihm obliegt auch die Vorgabe und Überwachung der Einhaltung von Berichtspflichten und -fristen. Für einen überwiegenden Teil der Berichtsinhalte existieren automatisierte und standardisierte Berichtsformate. Dabei verantwortet der Finanzbereich sowohl die Stammdatenpflege des konzerneinheitlichen Kontenplans als auch die kontinuierliche Überprüfung sämtlicher Berichtsformate im Hinblick auf Konformität mit geltenden internationalen Rechnungslegungsvorschriften. Zudem verfolgt der Finanzbereich im Rahmen der Konzernabschlusserstellung das Ziel, sämtliche Geschäftsvorfälle im Konzern einheitlich abzubilden.

Der zentrale Finanzbereich ist auch für die Erarbeitung und Aktualisierung einheitlicher **Richtlinien und Arbeitsanweisungen** für alle rechnungslegungs- und steuerbezogenen Prozesse verantwortlich. Dazu gehören im Wesentlichen die Erstellung und Aktualisierung einer Forderungswertberichtigungsrichtlinie, einer Investitionsrichtlinie, des IFRS-basierten Bilanzierungshandbuchs sowie verbindliche Vorgaben zur konzerninternen Kontenabstimmung.

Alle Konzerngesellschaften stellen rechtlich selbstständige Einheiten dar. Neben den Geschäftsführern („Managing Directors“), die die operative Geschäftstätigkeit im jeweiligen Markt verantworten, sind die Finanzleiter („Finance Manager“) für alle rechnungslegungs- und steuerbezogenen Sachverhalte der jeweiligen Gesellschaft verantwortlich. Auch die kontinuierliche Überwachung der wichtigsten Steuerungsgrößen, das monatliche Reporting der Finanzkennzahlen an den zentralen Finanzbereich sowie die Erstellung einer mehrjährigen Planung für den jeweiligen Markt liegen im **Verantwortungsbereich der Finance Manager**. Als fachlicher Vorgesetzter aller Finance Manager ist der Chief Financial Officer (CFO)/Chief Operating Officer (COO) der HUGO BOSS AG weisungsbefugt und somit verantwortlich für die konzernweiten Finanz- und Rechnungslegungsprozesse.

Die Managing Directors und Finance Manager der Konzerngesellschaften bestätigen quartalsweise die **Einhaltung definierter Grundsätze** und die **Durchführung von Managementkontrollen** im Hinblick auf den Rechnungslegungsprozess. Dabei ist auch über die Angemessenheit der Kontrollen zur Sicherung der Datenintegrität und des Datenschutzes sowie über etwaige Fälle von Betrug oder groben Verletzungen des IKS zu berichten.

Wesentliche Bilanzierungs- und Bewertungssachverhalte sowie Auswirkungen neuer oder geänderter IFRS-Standards und -Interpretationen werden mit den **Konzernwirtschaftsprüfern** mindestens quartalsweise besprochen.

Die **Interne Revision** ist Teil des IKS und überprüft im Rahmen ihrer Überwachungsfunktion die im Hinblick auf den Rechnungslegungsprozess definierten Kontrollen auf Einhaltung und Wirksamkeit. Der Jahresauditplan wird mit dem Vorstand und dem Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats abgestimmt. Dabei werden inhaltliche Schwerpunkte festgelegt. Ergänzende Ad-hoc-Audits sind zudem jederzeit möglich. Sämtliche Auditreports werden direkt an den CFO/COO und bei Bedarf an den Gesamtvorstand berichtet. Auch berichtet die Interne Revision regelmäßig an den Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats.

Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter

Für die am Rechnungslegungsprozess beteiligten Mitarbeiter werden in regelmäßigen Abständen **Schulungen** organisiert. Updates zu rechnungslegungsrelevanten Themen werden zudem konzernweit über den „Accounting Newsletter“ kommuniziert. In regelmäßigen Abständen kommen zudem die Finance Manager mit den Führungskräften des zentralen Finanzbereichs zum „Finance Manager Meeting“ zusammen. Im Rahmen eines „Digital Finance Forum“ werden darüber hinaus die Finance-Mitarbeiter des Konzerns regelmäßig zu aktuellen Entwicklungen in der internationalen Rechnungslegung und für den Jahresabschluss relevanten Sachverhalten geschult.

GESAMTAUSSAGE ZUM GESCHÄFTSVERLAUF UND ZUR LAGE DES KONZERNES

HUGO BOSS verzeichnete 2023 eine erfolgreiche Geschäftsentwicklung und erzielte folglich deutliche Umsatz- und Ergebnisverbesserungen. Diese Entwicklung spiegelt in erster Linie unsere robuste Markendynamik wider, die auf die weitere erfolgreiche Umsetzung unserer **Wachstumsstrategie „CLAIM 5“** zurückzuführen ist. Unsere beiden Marken, BOSS und HUGO, konnten weltweit weitere Marktanteile gewinnen, woraufhin das Unternehmen im Geschäftsjahr 2023 einen **Rekordumsatz von 4,2 Mrd. EUR** erzielte. Dies entspricht einem währungsbereinigten Wachstum von 18%. Damit ist HUGO BOSS erneut deutlich stärker als der globale Premium-Bekleidungsmarkt gewachsen und überschreitet erstmalig die Umsatzmarke von 4 Mrd. EUR. Gleichmaßen übertraf das Unternehmen sein ursprüngliches Umsatzziel für 2025 folglich zwei Jahre früher als geplant. Angetrieben durch die starke Umsatzdynamik verzeichneten wir 2023 darüber hinaus **robuste Ergebnisverbesserungen**, mit einem Anstieg des EBIT um 22% auf 410 Mio. EUR. Somit hat HUGO BOSS seine im Laufe des Jahres zweimal nach oben angepassten **Umsatz- und Ergebnisziele für das Geschäftsjahr 2023 erfolgreich erreicht**. Unsere Geschäftsentwicklung ist umso bemerkenswerter angesichts der hohen makroökonomischen und geopolitischen Unsicherheiten im Geschäftsjahr 2023. [> Vergleich des tatsächlichen mit dem prognostizierten Geschäftsverlauf](#)

Die **erfolgreiche Umsetzung wichtiger Marken-, Produkt- und Vertriebsinitiativen** im Rahmen unserer „CLAIM 5“-Strategie hat unserer operativen und finanziellen Performance im Jahr 2023 weiteren spürbaren Auftrieb verliehen. Im Einklang mit unserem strategischen Claim **„Boost Brands“** konnten wir nahtlos an die erfolgreiche Markendynamik anknüpfen, die BOSS und HUGO im Rahmen der umfassenden Marken-erneuerung im Jahr 2022 entwickelt hatten, und mit spektakulären Marketingkampagnen und aufsehen-erregenden Markenevents für zusätzliche Begeisterung sorgen. Gleichzeitig haben wir, ganz im Sinne unseres strategischen Claims **„Product is Key“**, das 24/7-Lifestyle-Image beider Marken weiter gestärkt, indem wir das Potential der BOSS und HUGO Markenlinien verstärkt ausgeschöpft haben. Auch hinsichtlich der beiden strategischen Claims **„Lead in Digital“** und **„Drive Omnichannel“** erzielten wir 2023 wichtige Erfolge. In diesem Zusammenhang hat unser Digital Campus zahlreiche digitale Features zur Verbesserung des E-Commerce-Erlebnisses entwickelt. Gleichzeitig haben wir auch 2023 die Modernisierung und Optimierung unseres weltweiten Storenetzwerks weiter vorangetrieben. Dazu zählt vor allem der fortschreitende Rollout unserer neuesten BOSS- und HUGO-Storekonzepte, die auf eine deutliche Verbesserung des Kundenerlebnisses abzielen. Im Einklang mit dem Claim **„Organize for Growth“** haben wir 2023 zudem wichtige Fortschritte bei der weiteren Steigerung der Effizienz entlang unserer Wertschöpfungskette erzielt. In diesem Zusammenhang haben wir die Umsetzung unserer wichtigen Digital-TWIN-Initiative vorangetrieben – eine smarte, technologiegesteuerte Business-Operations-Plattform. [> Konzernstrategie](#)

Insgesamt legte der **Konzernumsatz** im Geschäftsjahr 2023 währungsbereinigt um 18 % zu. In Berichtswährung stieg der Umsatz um 15 % auf ein Rekordniveau von 4.197 Mio. EUR (2022: 3.651 Mio. EUR). Damit überschritt HUGO BOSS erstmalig die Umsatzmarke von 4 Mrd. EUR. Das Wachstum stand dabei auf breiter Basis, da sowohl unsere beiden Marken BOSS und HUGO, als auch sämtliche Regionen und Vertriebskanäle zweistellige Umsatzverbesserungen erzielten. Gleichzeitig verzeichnete HUGO BOSS im Geschäftsjahr 2023 robuste Ergebnisverbesserungen, wobei die starke Umsatzentwicklung weitere Investitionen in das Geschäft im Rahmen von „CLAIM 5“ sowie einen leichten Rückgang der Bruttomarge mehr als ausglich. Infolgedessen stieg das **operative Ergebnis (EBIT)** des Konzerns im Geschäftsjahr 2023 um 22 % auf 410 Mio. EUR (2022: 335 Mio. EUR). > **Ertragslage**

Im **Geschäftsjahr 2024** wird der Fokus auf der weiteren Umsetzung von „CLAIM 5“ liegen. Aufbauend auf unserer robusten Markendynamik wollen wir die erlangte Markenstärke von BOSS und HUGO weiter auszu-schöpfen. Dies sollte es uns ermöglichen, unseren Wachstumskurs fortzusetzen und zusätzliche Marktanteile zu gewinnen. Gleichzeitig bleibt das makroökonomische Umfeld herausfordernd, was sich in einer hohen Inflation und hohen Zinssätzen, einer sich abschwächenden globalen Verbraucherstimmung und zunehmenden geopolitischen Spannungen zeigt. Vor diesem Hintergrund erwartet HUGO BOSS für das Jahr 2024 einen Anstieg des **Konzernumsatzes** in Berichtswährung im Bereich zwischen 3 % und 6 % (2023: 4.197 Mio. EUR). Gleichzeitig rechnet das Unternehmen mit einem Anstieg des **operativen Ergebnisses (EBIT)** im Bereich zwischen 5 % und 15 % auf rund 430 Mio. EUR bis 475 Mio. EUR (2023: 410 Mio. EUR). Folglich wird für die EBIT-Marge eine spürbare Verbesserung auf einen Wert zwischen 10,0 % und 10,7 % prognostiziert (2023: 9,8 %), wobei die erwartete Verbesserung der Bruttomarge im Jahr 2024 maßgeblich beitragen sollte. Insgesamt wird das Geschäftsjahr 2024 somit ein weiterer Meilenstein bei der Erreichung unserer mittelfristigen Finanzziele im Rahmen von „CLAIM 5“ sein. > **Prognosebericht**

Angesichts der starken operativen und finanziellen Geschäftsentwicklung im Jahr 2023, der äußerst soliden Finanzlage und des Vertrauens des Managements in die langfristigen Wachstumschancen des Unternehmens beabsichtigen Vorstand und Aufsichtsrat der Hauptversammlung am 14. Mai 2024 eine **Dividende** von 1,35 EUR je Aktie für das Geschäftsjahr 2023 vorzuschlagen (2022: 1,00 EUR). Der Vorschlag entspricht einer Steigerung von 35 % gegenüber dem Vorjahr. Vor dem Hintergrund seiner gesunden Bilanzstruktur und der anhaltend positiven Free-Cashflow-Generierung befindet sich der Konzern zum Zeitpunkt der Aufstellung dieses Berichts in einer **äußerst soliden wirtschaftlichen Lage**. > **Prognosebericht**

Metzingen, 21. Februar 2024

HUGO BOSS AG
Der Vorstand

Daniel Grieder
Yves Müller
Oliver Timm

KAPITEL 3

CORPORATE GOVERNANCE

160

CORPORATE GOVERNANCE
UND ERKLÄRUNG ZUR
UNTERNEHMENSFÜHRUNG

172

VERGÜTUNGSBERICHT

202

RECHTLICHE ANGABEN



CORPORATE GOVERNANCE UND ERKLÄRUNG ZUR UNTERNEHMENSFÜHRUNG

Gute Corporate Governance wesentlicher Faktor für langfristigen Unternehmenserfolg

Enger und kontinuierlicher Austausch zwischen Vorstand und Aufsichtsrat

Vorstand und Aufsichtsrat geben Entsprechenserklärung ab

Vorstand und Aufsichtsrat sind der Überzeugung, dass **gute Corporate Governance** ein wesentlicher Faktor für langfristigen Unternehmenserfolg ist. Gute Corporate Governance ist Teil des Selbstverständnisses von HUGO BOSS und ein Leitprinzip, das sämtliche Unternehmensbereiche umfasst. Vorstand und Aufsichtsrat bekennen sich dazu, durch eine verantwortungsvolle, transparente und langfristig ausgerichtete Unternehmensführung für den Fortbestand des Unternehmens und eine nachhaltige Wertschöpfung zu sorgen. Dabei möchte HUGO BOSS dem Vertrauen, das die Mitarbeiter, die Aktionäre, die Geschäftspartner und die Öffentlichkeit dem Unternehmen entgegenbringen, gerecht werden und es weiter stärken.

Vorstand und Aufsichtsrat haben sich im Geschäftsjahr 2023 ausführlich mit der Erfüllung der Vorgaben des Deutschen Corporate Governance Kodex (DCGK) befasst. Als Ergebnis wurde die **Entsprechenserklärung vom Dezember 2023** abgegeben. Sie ist am Ende dieses Kapitels enthalten und, ebenso wie frühere Entsprechenserklärungen, auf der Unternehmenswebsite veröffentlicht. Bis auf die dort genannten Ausnahmen befolgt HUGO BOSS die Empfehlungen des DCGK in der Fassung vom 28. April 2022, veröffentlicht im Bundesanzeiger am 27. Juni 2022.

Die **Erklärung zur Unternehmensführung** (gemäß § 289f und § 315d HGB) enthält unter anderem die Entsprechenserklärung, Angaben zu den Unternehmensführungspraktiken sowie die Beschreibung der Arbeitsweise von Vorstand und Aufsichtsrat. Sie ist auch unter ezu.hugoboss.com abrufbar.

Unternehmensführungspraktiken

Als internationales Unternehmen ist sich HUGO BOSS seiner unternehmerischen Verantwortung gegenüber Mitarbeitern, Gesellschaft und Umwelt bewusst. In diesem Zusammenhang ist **verantwortungsvolles unternehmerisches Handeln** eine wichtige Voraussetzung für die Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit und des langfristigen wirtschaftlichen Erfolgs. Folglich stellt HUGO BOSS nicht nur höchste Ansprüche an Innovation und die Qualität seiner Produkte, sondern berücksichtigt auch ökologische und soziale Faktoren bei allen Aktivitäten entlang der Wertschöpfungskette. HUGO BOSS versteht Nachhaltigkeit als integralen Bestandteil seiner Geschäftstätigkeit. Im Geschäftsjahr 2023 hat das Unternehmen eine **neue Nachhaltigkeitsstrategie** mit Fokus auf fünf starken Säulen entwickelt, die allesamt darauf abzielen, den Wandel in der Modeindustrie

aktiv voranzutreiben und die Schaffung eines Planeten frei von Abfall und Verschmutzung zu unterstützen. HUGO BOSS hält sich stets an die jeweils gültigen rechtlichen Rahmenbedingungen sowie internen Richtlinien.

> **Nachhaltigkeit**

Corporate Compliance

HUGO BOSS ist in einer Vielzahl von Ländern und damit in unterschiedlichen Rechtsordnungen tätig. **Corporate Compliance** ist bei HUGO BOSS eine wesentliche Leitungsaufgabe des Vorstands und umfasst Maßnahmen zur Einhaltung gesetzlicher und sonstiger rechtlicher Vorgaben, unternehmensinterner Richtlinien sowie Kodizes. Darin eingeschlossen sind unter anderem Datenschutz-, Kartell- und Korruptionsvorschriften sowie die Regelungen des Kapitalmarktrechts. HUGO BOSS erwartet von allen Mitarbeitern ein rechtlich jederzeit einwandfreies Verhalten im unternehmerischen Alltag.

Der **Compliance & Human Rights Officer** berichtet an den General Counsel in seiner Rolle als Chief Compliance Officer und unterstützt den Vorstand bei der Überwachung eines effektiven Compliance-Managements. Zusammen mit den Compliance-Verantwortlichen in den Konzerngesellschaften sorgt er dafür, dass das Compliance-Programm konzernweit umgesetzt und kontinuierlich weiterentwickelt wird. Der Prüfungsausschuss wird regelmäßig über die Aktivitäten der Compliance-Abteilung informiert.

HUGO BOSS hat konzernweit gültige Verhaltensgrundsätze in einem **Verhaltenskodex** sowie in weiterführenden Konzernrichtlinien zusammengefasst und so die Grundlage für ein rechtlich einwandfreies Verhalten seiner Mitarbeiter geschaffen. Schwerpunkte sind dabei Regelungen zum wettbewerbs- und kartellrechtskonformen Verhalten, zur Vermeidung von Interessenkonflikten, zum korrekten Umgang mit Unternehmensinformationen, zum Datenschutz, zu fairen Arbeitsbedingungen und einem respektvollen Umgang sowie zur Vermeidung von Korruption. Die Mitarbeiter werden fortlaufend mit den Regelungen des Verhaltenskodex und der Konzernrichtlinien vertraut gemacht. Neben **Präsenzs Schulungen** bietet HUGO BOSS auch ein **E-Learning-Programm** an, das von allen Mitarbeitern mit PC-Zugang regelmäßig zu absolvieren ist. Bewusstes Fehlverhalten und nachhaltige Verstöße gegen den Verhaltenskodex und die Konzernrichtlinien werden von HUGO BOSS zu keiner Zeit toleriert.

Zur Unterstützung und Beratung bei Fragen hinsichtlich des rechtlich korrekten Verhaltens steht Mitarbeitern neben ihren Vorgesetzten auch die interne Compliance-Abteilung zur Verfügung. Als ergänzenden Berichtsweg hat HUGO BOSS zudem ein konzernweites **Ombudssystem** eingerichtet. Darüber können sich Mitarbeiter, Lieferanten und Handelspartner bei Hinweisen auf Wirtschaftsstraftaten, Kartellrechtsverletzungen oder Verstöße gegen Compliance-Richtlinien vertrauensvoll und, sofern gewünscht, anonym an eine externe Ombudsperson wenden. Die Kontaktdaten der Ombudsperson sind für alle Mitarbeiter im unternehmenseigenen Intranet einsehbar und finden sich auch auf der Unternehmenswebsite. Gleiches gilt für den **HUGO BOSS „Speak Up Channel“**, der zusätzlich die Möglichkeit bietet, vertraulich und anonym auf Fehlverhalten und Straftaten hinzuweisen. Wichtige Informationen zum Schutz des Hinweisgebers und zum Umgang mit Hinweisen hat HUGO BOSS zudem in einer **Hinweisgeberrichtlinie** auf der Unternehmenswebsite und im Intranet veröffentlicht.

Kapitalmarktkommunikation

HUGO BOSS berichtet regelmäßig, umfassend und unmittelbar über seine Geschäftsentwicklung, die operative und finanzielle Performance sowie wesentliche Änderungen im Konzern. Im Rahmen der **Investor-Relations-Aktivitäten** findet ein regelmäßiger Austausch mit institutionellen Investoren, Finanzanalysten und Privataktionären statt. Anlässlich der Veröffentlichung der **Jahres- und Quartalsergebnisse** werden Telefon- oder Videokonferenzen für Finanzanalysten und institutionelle Investoren durchgeführt, um die operative und finanzielle Performance zu erläutern. Auf einem regelmäßig stattfindenden **Investorentag** werden zudem die Konzernstrategie und relevante, strategische Entwicklungen im Detail erörtert. Neben speziellen Informationsveranstaltungen, auf denen sich HUGO BOSS Privatanlegern vorstellt, bietet die jährliche **Hauptversammlung** eine zusätzliche Möglichkeit, sich umfassend über die Entwicklung des Unternehmens zu informieren. Alle wesentlichen Informationen und Kapitalmarktnachrichten wie etwa Presse- und Stimmrechtsmitteilungen, Finanzberichte, der Finanzkalender sowie Präsentationen von Roadshows und Konferenzen werden auf der **Unternehmenswebsite** veröffentlicht. > group.hugoboss.com

Zusammenarbeit, Zusammensetzung und Tätigkeit von Vorstand und Aufsichtsrat

Die Führungsstruktur von HUGO BOSS ergibt sich in erster Linie aus den gesellschaftsrechtlichen Rahmenbedingungen. Als deutsche Aktiengesellschaft hat die HUGO BOSS AG eine **duale Führungs- und Kontrollstruktur**. Dem Vorstand obliegt die Verantwortung für die Strategie und Steuerung des Konzerns. Der Aufsichtsrat berät den Vorstand und überwacht dessen Geschäftsführung.

Vorstand und Aufsichtsrat arbeiten im Interesse des Unternehmens eng zusammen. Gemeinsames Ziel ist die **nachhaltige Steigerung des Unternehmenswerts von HUGO BOSS**. Dazu berichtet der Vorstand dem Aufsichtsrat regelmäßig, umfassend und zeitnah über alle für das Unternehmen relevanten Sachverhalte hinsichtlich der Strategie, der Planung, der Geschäftsentwicklung, der Risikolage, der Risikoentwicklung und der Compliance. Ziel- und Planungsabweichungen werden dem Aufsichtsrat und seinen Ausschüssen im Detail erläutert. Zudem werden die strategische Ausrichtung und Weiterentwicklung des Konzerns mit dem Aufsichtsrat abgestimmt und erörtert.

Die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats dürfen bei ihren Entscheidungen und im Zusammenhang mit ihrer Tätigkeit für HUGO BOSS weder persönliche Interessen verfolgen noch anderen Personen ungerechtfertigte Vorteile gewähren. Im Geschäftsjahr 2023 ist es zu **keinen Interessenkonflikten** von Vorstands- oder Aufsichtsratsmitgliedern gekommen. Die Mandate der Vorstands- und der Aufsichtsratsmitglieder in gesetzlich zu bildenden Aufsichtsräten beziehungsweise vergleichbaren in- und ausländischen Kontrollgremien von Wirtschaftsunternehmen sind im Anhang des Konzernabschlusses aufgeführt. > [Konzernanhang, Weitere Angaben zu den Aufsichtsrats- und Vorstandsmitgliedern](#)

Der Vorstand

Der Vorstand von HUGO BOSS setzt sich aus dem Vorstandsvorsitzenden sowie den gleichberechtigten Vorständen mit ihren jeweiligen Vorstandsressorts zusammen. Dem Vorstand gehörten zum Geschäftsjahresende 2023 **drei Mitglieder** an.

Die Steuerung des HUGO BOSS Konzerns erfolgt durch den Vorstand der HUGO BOSS AG als Muttergesellschaft. In dieser sind alle Leitungsfunktionen gebündelt. Zu den **zentralen Aufgaben des Vorstands** gehören die Entwicklung und erfolgreiche Umsetzung der Unternehmensstrategie, die Unternehmensfinanzierung, das Risikomanagement (inklusive Einrichtung und Überwachung des Risikomanagementsystems und internen Kontrollsystems), das Treffen von kollektionsbezogenen Entscheidungen, die Produktbeschaffung und die Steuerung des globalen Vertriebsnetzes. Darüber hinaus ist der Vorstand für die Aufstellung der Jahres-, Konzern- und Zwischenabschlüsse zuständig und vertritt das Unternehmen gegenüber Medienvertretern und Vertretern des Kapitalmarkts.

Die **Geschäftsordnung** des Vorstands regelt die innere Ordnung des Vorstands, insbesondere die Aufgabenverteilung unter den Vorstandsmitgliedern sowie das Verfahren der Beschlussfassung. Ferner legt die Geschäftsordnung den Katalog der Informations- und Berichtspflichten fest und sämtliche Angelegenheiten, die der Zustimmung des Aufsichtsrats bedürfen. Die Geschäftsordnung des Vorstands ist auf der Unternehmenswebsite abrufbar. > group.hugoboss.com

Bei der Zusammensetzung des Vorstands achtet der Aufsichtsrat auf Vielfalt (**Diversitätskonzept für den Vorstand**). Eine vielfältige Zusammensetzung des Vorstands soll den langfristigen Erfolg des Unternehmens gewährleisten. Der Aufsichtsrat berücksichtigt bei der Zusammensetzung des Vorstands unter anderem folgende Gesichtspunkte:

- Vorstandsmitglieder sollen über langjährige Führungserfahrung verfügen.
- Vorstandsmitglieder sollen über internationale Erfahrung (Erfahrung außerhalb der Bundesrepublik Deutschland aufgrund aktueller oder früherer Tätigkeiten und/oder anderer Staatsbürgerschaften als die der Bundesrepublik Deutschland) verfügen.
- Im Vorstand sollen möglichst unterschiedliche Ausbildungs- und Berufserfahrungen vertreten sein.
- Über die rechtlich geforderten Qualifikationen hinaus sollen im Vorstand insbesondere Kenntnisse von Marken-/Branding-Themen, Supply-Chain-Themen und des Vertriebs vertreten sein.
- Im Interesse einer langfristigen Nachfolgeplanung soll der Vorstand über eine ausgewogene Altersstruktur verfügen.
- Der Aufsichtsrat verfolgt das Ziel, dass dem Vorstand bis spätestens zum 31. Dezember 2028 eine Frau angehören soll.
- Vorstandsmitglieder sollen bei ihrer Bestellung in der Regel nicht älter als 60 Jahre sein.

Entscheidungen über die konkrete **Zusammensetzung des Vorstands** trifft der Aufsichtsrat im Unternehmensinteresse und unter Berücksichtigung aller Umstände des einzelnen Falls. Mit Ausnahme der Zielgröße für den Frauenanteil im Vorstand wurden die zuvor genannten Besetzungsziele während des gesamten Berichtszeitraums erreicht.

Der Aufsichtsrat hatte gemäß § 111 Abs. 5 AktG für den Zeitraum bis zum 31. Dezember 2023 das **Ziel festgelegt, dass dem Vorstand der Gesellschaft mindestens eine Frau angehören soll**, hat dieses Ziel aber nicht erreicht. Im Berichtszeitraum gab es keine Neubesetzungen im Vorstand von HUGO BOSS. Es wurden lediglich die Verträge bestehender Vorstandsmitglieder verlängert. Der Aufsichtsrat strebt eine angemessene Berücksichtigung von Frauen im Vorstand an. Bei den Personalentscheidungen achtet der Aufsichtsrat jedoch insbesondere auf die Wahrung der unternehmerischen Kontinuität und die Fortsetzung der erfolgreichen Zusammenarbeit mit und innerhalb des bestehenden Vorstands. Zugleich hielt es der Aufsichtsrat nicht für

gerechtfertigt, allein zur Erreichung der Zielvorgabe in die Zusammensetzung des bestehenden Vorstands einzugreifen. Der Aufsichtsrat von HUGO BOSS hat daher gemäß § 111 Abs. 5 AktG erneut die Zielgröße von mindestens einer Frau im Vorstand für den Referenzzeitraum bis zum 31. Dezember 2028 festgelegt.

Der DCGK sieht vor, dass der Vorstand bei der Besetzung von Führungsfunktionen im Unternehmen auf **Vielfalt (Diversity)** achtet und dabei insbesondere eine angemessene Berücksichtigung von Frauen anstreben soll. Diesem Ziel sieht sich der Vorstand von HUGO BOSS verpflichtet. Er hat bereits in der Vergangenheit auf eine vielfältige Zusammensetzung der Belegschaft geachtet und wird dies auch künftig tun. Für den Bezugszeitraum bis zum 31. Dezember 2025 hat der Vorstand gemäß § 76 Abs. 4 AktG das Ziel festgelegt, einen Frauenanteil von mindestens 40 % in der ersten Führungsebene unterhalb des Vorstands und von mindestens 50 % in der zweiten Führungsebene unterhalb des Vorstands zu erreichen. Zum 31. Dezember 2023 belief sich der **Frauenanteil in der ersten Führungsebene unterhalb des Vorstands auf 29 %**, in der **zweiten Führungsebene unterhalb des Vorstands auf 44 %**. Beide Anteile lagen damit in etwa auf dem Niveau des Vorjahres (31. Dezember 2022: 28 % bzw. 46 %). HUGO BOSS ist bestrebt, dass alle Geschlechter innerhalb der Belegschaft angemessen repräsentiert sind. Stellenbesetzungen werden jedoch allein aufgrund der Qualifikation der Bewerberinnen und Bewerber vorgenommen, auch wenn dies zu einem Unterschreiten der Zielgröße führt. [➤ Mitarbeiter und Teams](#)

Der Aufsichtsrat verantwortet gemeinsam mit dem Vorstand die **langfristige Nachfolgeplanung** für den Vorstand. Dabei werden neben den Anforderungen des Aktiengesetzes und des DCGK die vom Aufsichtsrat festgelegte Zielgröße für den Anteil von Frauen im Vorstand sowie die Kriterien entsprechend dem vom Aufsichtsrat für den Vorstand beschlossenen Diversitätskonzept berücksichtigt. Unter Berücksichtigung der konkreten Qualifikationsanforderungen und der genannten Kriterien erarbeitet der Personalausschuss des Aufsichtsrats ein Idealprofil, auf dessen Basis der Personalausschuss eine engere Auswahl von verfügbaren Kandidaten erstellt. Mit diesen Kandidaten werden anschließend Gespräche geführt, ehe dem Aufsichtsrat eine Empfehlung zur Beschlussfassung unterbreitet wird. Bei Bedarf wird der Aufsichtsrat bei der Entwicklung der Anforderungsprofile und der Auswahl der Kandidaten durch externe Berater unterstützt.

Der Aufsichtsrat

HUGO BOSS misst den **Kompetenzen** und der **Unabhängigkeit** der Aufsichtsratsmitglieder sowie der **Vielfalt** bei der Zusammensetzung des Aufsichtsrats eine hohe Bedeutung bei. Die Mitglieder des Aufsichtsrats von HUGO BOSS verfügen über die erforderlichen Kenntnisse, Fähigkeiten und die fachliche Erfahrung zur ordnungsgemäßen Wahrnehmung ihrer Aufgaben.

Entsprechend der Empfehlung in C.1 des DCGK hat der Aufsichtsrat ein **Aufsichtsratskompetenzprofil** beschlossen sowie konkrete Ziele für seine **Zusammensetzung** festgelegt. Danach sollen dem Aufsichtsrat mindestens zwei internationale Mitglieder angehören. Dem Aufsichtsrat gehörten im Geschäftsjahr 2023 drei Mitglieder an, die eine andere als die deutsche Staatsangehörigkeit besitzen. Zudem verfügen mehrere Aufsichtsratsmitglieder mit deutscher Staatsbürgerschaft über internationale Berufserfahrung. Ferner dürfen bei keinem der Mitglieder potenzielle Interessenkonflikte vorliegen. Im Geschäftsjahr 2023 ist es zu **keinen Interessenkonflikten** von Aufsichtsratsmitgliedern gekommen. Keines der aktuellen Aufsichtsratsmitglieder bekleidete zu einem früheren Zeitpunkt eine Vorstandsposition innerhalb der Gesellschaft. Auch bestanden im Berichtsjahr keine Berater- und sonstigen Dienstleistungs- und Werkverträge zwischen Aufsichtsratsmitgliedern und der Gesellschaft. Außerdem soll kein Mitglied des Aufsichtsrats bei seiner Wahl älter als 69 Jahre sein.

Eine Regelgrenze für die Zugehörigkeitsdauer zum Aufsichtsrat hat der Aufsichtsrat dagegen nicht festgelegt. HUGO BOSS ist der Ansicht, dass eine von vornherein festgelegte Zugehörigkeitsdauer nicht sachgerecht ist, da das Unternehmen auch von der Expertise langjähriger Aufsichtsratsmitglieder profitiert.

Zudem hat sich der Aufsichtsrat ein konkretes Ziel hinsichtlich der Anzahl der im Sinne des DCGK **unabhängigen Mitglieder** des Aufsichtsrats gesetzt. Danach sollen von den zwölf Mitgliedern des Aufsichtsrats insgesamt mindestens neun Mitglieder unabhängig sein. Zusätzlich zu den sechs Arbeitnehmervertretern sind die vier Anteilseignervertreter Iris Epple-Righi, Christina Rosenberg, Robin J. Stalker und Hermann Waldemer als unabhängig im Sinne der Empfehlung in C.6 des DCGK anzusehen.

Die weiteren nachfolgenden Besetzungsziele, mithilfe derer insgesamt eine **Diversität** im Aufsichtsrat angestrebt wird (**Diversitäts- und Kompetenzkonzept für den Aufsichtsrat**), wurden ebenfalls durch den Aufsichtsrat verabschiedet:

- Dem Aufsichtsrat sollen mindestens zwei internationale Mitglieder (Erfahrungen außerhalb der Bundesrepublik Deutschland aufgrund aktueller oder früherer Tätigkeiten und/oder andere Staatsbürgerschaften als die der Bundesrepublik Deutschland) angehören.
- Dem Aufsichtsrat soll mindestens ein Mitglied mit Kenntnissen auf dem Gebiet der Rechnungslegung und mindestens ein Mitglied mit Kenntnissen auf dem Gebiet der Abschlussprüfung angehören.
- Dem Aufsichtsrat soll mindestens je ein Mitglied mit Kenntnissen von Marken-/Branding-Themen, in Supply-Chain-Themen und/oder Kenntnissen des nationalen oder internationalen Vertriebs angehören.
- Dem Aufsichtsrat sollen mindestens zwei Mitglieder mit Erfahrung und/oder Tätigkeit als Führungskraft eines anderen Unternehmens angehören.
- Dem Aufsichtsrat sollen mindestens vier Mitglieder angehören, die über umfassende Kenntnisse und Erfahrungen aus dem Unternehmen selbst verfügen. Dazu gehören auch Kenntnisse über die für das Unternehmen relevanten Fragen der Nachhaltigkeit.
- Dem Aufsichtsrat sollen neben den Arbeitnehmervertretern mindestens drei Mitglieder angehören, die unabhängig sind.

Alle Zielvorgaben für die Zusammensetzung wurden im Berichtszeitraum entweder erreicht oder übertroffen, wobei der **Umsetzungsstand des Diversitäts- und Kompetenzkonzepts** im Folgenden dargestellt wird:

UMSETZUNGSSTAND DES DIVERSITÄTS- UND KOMPETENZKONZEPTS FÜR DEN AUFSICHTSRAT

Mitglied	Internatio- nalität	Expertise Rechnungs- legung	Expertise Abschluss- prüfung	Expertise Branding, Lieferkette und/oder Vertrieb	Derzeitiger oder ehe- maliger Manager eines ande- ren Unter- nehmens	Expertise über das Unter- nehmens selbst	Expertise über für das Unternehmen relevante Nachhaltig- keitsthemen	Unab- hängigkeit
Amtierende Aufsichts- ratsmitglieder								
Hermann Waldemer, Vorsitzender	X	X	X	X	X	X	X	X
Sinan Piskin, Stellver- tretender Vorsitzender						X	X	X
Iris Epple-Righi	X			X	X	X	X	X
Andreas Flach (seit Mai 2023)					X	X	X	X
Katharina Herzog	X	X	X			X	X	X
Daniela Liburdi (seit Mai 2023)						X		X
Gaetano Marzotto	X	X	X	X	X	X	X	
Luca Marzotto	X	X	X	X	X	X	X	
Tanja Silvana Nitschke					X	X	X	X
Christina Rosenberg	X			X	X	X	X	X
Bernd Simbeck						X		X
Robin J. Stalker	X	X	X	X	X	X	X	X
Ehemalige Aufsichts- ratsmitglieder								
Anita Kessel (bis Mai 2023)						X		X
Martin Sambeth (bis Mai 2023)					X	X	X	X

Kriterium erfüllt, basierend auf einer Selbsteinschätzung des Aufsichtsrats. Ein "X" bedeutet mindestens "gute Kenntnisse" auf der Grundlage der vorhandenen Qualifikationen oder der im Rahmen der Tätigkeit als Aufsichtsratsmitglied erworbenen Kenntnisse und Erfahrungen.

Dem Aufsichtsrat gehören aktuell fünf Frauen an, wobei die **Geschlechterquote** nach § 96 Abs. 2 AktG mit drei Vertreterinnen auf der Arbeitnehmerseite sowie zwei Vertreterinnen auf der Anteilseignerseite jeweils auf beiden Seiten erfüllt ist.

Der Aufsichtsrat überprüft regelmäßig die **Effizienz** seiner Tätigkeit. Im Geschäftsjahr 2023 wurde die Einschätzung der Aufsichtsratsmitglieder wie bereits in den Jahren zuvor anhand eines umfangreichen Fragebogens eingeholt. Die von unternehmensexterner Seite durchgeführte Auswertung der ausgefüllten Fragebögen und der darin enthaltenen Verbesserungsvorschläge wurde in der Aufsichtsratssitzung vom 6. Dezember 2023 eingehend analysiert und diskutiert. Der Aufsichtsrat kam dabei zu einem insgesamt positiven Ergebnis.

Der Aufsichtsrat hat sich eine **Geschäftsordnung** auferlegt, die neben Aufgaben und Zuständigkeiten unter anderem auch die Einberufung, Vorbereitung und Leitung der Sitzungen sowie die Beschlussfassung regelt. Die Geschäftsordnung des Aufsichtsrats ist auf der Unternehmenswebsite abrufbar. > group.hugoboss.com

Der Aufsichtsrat hat fünf **Ausschüsse** gebildet, die im Namen und in Vertretung des Gesamtaufsichtsrats die ihnen übertragenen Aufgaben erfüllen, soweit es nach Gesetz, Satzung und/oder Geschäftsordnung zulässig ist. Für den Prüfungsausschuss, den Personalausschuss und den Arbeitsausschuss sieht die Geschäftsordnung eine paritätische Besetzung mit Anteilseignervertretern und Arbeitnehmervertretern vor.

1. Prüfungsausschuss

Der paritätisch besetzte Prüfungsausschuss besteht aus sechs vom Aufsichtsrat gewählten Mitgliedern. Gemäß DCGK soll der Vorsitzende des Prüfungsausschusses unabhängig sein. Der Prüfungsausschuss befasst sich mit der Überwachung des Rechnungslegungsprozesses, der Wirksamkeit des internen Kontrollsystems, des Risikomanagementsystems und des internen Revisionssystems sowie der Abschlussprüfung. Er hat insbesondere folgende Aufgaben:

- Vorprüfung des Jahresabschlusses und des Konzernabschlusses, des zusammengefassten Lageberichts der HUGO BOSS AG und des Konzerns sowie des Vorschlags für die Gewinnverwendung; Erörterung des Prüfungsberichts mit dem Abschlussprüfer; Vorbereitung der Entscheidung des Aufsichtsrats über die Billigung des Jahresabschlusses und des Konzernabschlusses.
- Prüfung (und Erörterung mit dem Vorstand) der Quartalsabschlüsse (Zwischenberichte und Quartalsmitteilungen).
- Vorbereitung des Vorschlags des Aufsichtsrats an die Hauptversammlung zur Wahl eines Abschlussprüfers, insbesondere Prüfung von dessen Unabhängigkeit und der von ihm zusätzlich erbrachten Leistungen.
- Nach Beratung mit dem Vorstand: Erteilung des Prüfungsauftrags an den Abschlussprüfer (mit Honorarvereinbarung) für den Jahres- und Konzernabschluss aufgrund der Beschlussfassung der Hauptversammlung, einschließlich der Festlegung von Prüfungsschwerpunkten und Vereinbarung von Berichtspflichten des Prüfers gegenüber dem Aufsichtsrat.
- Prüfung der Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen und der unternehmensinternen Richtlinien (Compliance).

Der Aufsichtsrat hat sich davon überzeugt, dass Robin J. Stalker, Vorsitzender des Prüfungsausschusses, unabhängig ist.

Nach dem deutschen Aktiengesetz soll dem Aufsichtsrat mindestens ein Mitglied mit **Kenntnissen auf dem Gebiet der Rechnungslegung** und mindestens ein weiteres Mitglied mit **Kenntnissen auf dem Gebiet der Abschlussprüfung** angehören. Gemäß DCGK umfassen Kenntnisse auf dem Gebiet der Rechnungslegung Expertenwissen und Erfahrungen in der Anwendung von Rechnungslegungsgrundsätzen und internen Kontroll- und Risikomanagementsystemen, während die Kenntnisse auf dem Gebiet der Abschlussprüfung Expertenwissen und Erfahrungen in eben dieser umfassen. Rechnungslegung und Abschlussprüfung umfassen auch die Nachhaltigkeitsberichterstattung sowie deren Prüfung und Bestätigung. Mit Hermann Waldemer und Robin J. Stalker verfügen Aufsichtsrat und Prüfungsausschuss über zwei Mitglieder, die über Sachverstand sowohl auf dem Gebiet der Rechnungslegung als auch der Abschlussprüfung verfügen, womit den Anforderungen des Aktiengesetzes entsprochen wird. Gemäß DCGK soll der Vorsitzende des Prüfungsausschusses über Kenntnisse auf mindestens einem dieser beiden Gebiete verfügen und gleichzeitig unabhängig sein. Der Vorsitzende des Prüfungsausschusses, Robin J. Stalker, erfüllt beide Anforderungen.

Hermann Waldemer hat in seiner beruflichen Laufbahn als Steuerberater und Wirtschaftsprüfer umfangreiche Kenntnisse in der Anwendung von Rechnungslegungsgrundsätzen, internen Kontroll- und Risikomanagementsystemen sowie im Bereich der Abschlussprüfung erworben, bevor er viele Jahre als Finanzvorstand eines börsennotierten internationalen Unternehmens tätig war. Diese Erfahrungen hat er bei HUGO BOSS vertieft und erweitert, indem er von 2015 bis 2020 den Vorsitz des Prüfungsausschusses innehatte, bevor er 2020 zum Vorsitzenden des Aufsichtsrates ernannt wurde. Diese Expertise setzt er aktiv zum Nutzen des Aufsichtsrats und des Prüfungsausschusses von HUGO BOSS ein.

Robin J. Stalker begann seine berufliche Laufbahn als Wirtschaftsprüfer bei einer großen Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, bevor er mehr als 15 Jahre als Chief Financial Officer eines börsennotierten internationalen Unternehmens tätig war. Er verfügt daher über umfassende Kenntnisse und Erfahrungen bei der Prüfung von Jahresabschlüssen sowie bei der Anwendung von Rechnungslegungsgrundsätzen und internen Kontroll- und Risikomanagementsystemen, einschließlich der Nachhaltigkeitsberichterstattung. Seine Tätigkeit als Finanzvorstand eines börsennotierten internationalen Unternehmens beinhaltete auch eine intensive Beschäftigung mit nichtfinanziellen Aspekten und der Berichterstattung darüber. Robin J. Stalker verfolgt intensiv die aktuellen Entwicklungen in der Nachhaltigkeitsberichterstattung und nimmt regelmäßig an Stakeholder-Dialogen teil. Diese Expertise bringt er aktiv in den Aufsichtsrat und den Prüfungsausschuss von HUGO BOSS ein.

Zum 31. Dezember 2023 gehören dem Prüfungsausschuss folgende Mitglieder an: Robin J. Stalker (Vorsitz), Andreas Flach, Gaetano Marzotto, Sinan Piskin, Bernd Simbeck und Hermann Waldemer.

2. Personalausschuss

Dem paritätisch besetzten Personalausschuss gehören der Vorsitzende des Aufsichtsrats sowie fünf weitere vom Aufsichtsrat gewählte Mitglieder an. Der Personalausschuss entscheidet über die dienstvertraglichen und sonstigen vertraglichen Angelegenheiten des Vorstands (einschließlich früherer Mitglieder des Vorstands sowie der Hinterbliebenen von Vorstandsmitgliedern), bereitet die Entscheidungen des Aufsichtsrats über die Bestellung und gegebenenfalls Abberufung von Vorstandsmitgliedern vor und sorgt gemeinsam mit dem Aufsichtsratsplenum und dem Vorstand für eine langfristige Nachfolgeplanung. Entscheidungen über die Vergütung von Vorstandsmitgliedern (einschließlich früherer Mitglieder des Vorstands sowie der Hinterbliebenen von Vorstandsmitgliedern) sind ebenso wie die regelmäßige Beratung und Überprüfung des Vergütungssystems Sache des Aufsichtsratsplenums, sollen jedoch durch die Erarbeitung von Vorschlägen vom Personalausschuss vorbereitet werden. Der Personalausschuss trifft weiterhin Entscheidungen nach § 114 AktG (Verträge mit Aufsichtsratsmitgliedern) und § 115 AktG (Kreditgewährung an Aufsichtsratsmitglieder) sowie über die zustimmungspflichtigen Angelegenheiten leitender Angestellter (einschließlich Kreditgewährung an leitende Angestellte i. S. v. § 89 Abs. 2 AktG). Er vertritt die Gesellschaft, soweit gesetzlich zulässig, gegenüber den Mitgliedern des Vorstands (einschließlich gegenüber früheren Mitgliedern des Vorstands und gegenüber Hinterbliebenen von Vorstandsmitgliedern).

Zum 31. Dezember 2023 gehören dem Personalausschuss folgende Mitglieder an: Hermann Waldemer (Vorsitz), Daniela Liburdi, Luca Marzotto, Sinan Piskin, Christina Rosenberg und Bernd Simbeck.

3. Arbeitsausschuss

Der paritätisch besetzte Arbeitsausschuss besteht aus dem Vorsitzenden des Aufsichtsrats sowie fünf weiteren vom Aufsichtsrat gewählten Mitgliedern. Diese unterstützen und beraten den Vorsitzenden des Aufsichtsrats. Dem Arbeitsausschuss obliegt im Rahmen der gesetzlichen Vorschriften in enger Zusammenarbeit mit dem Vorstand die Vorbereitung der Sitzungen des Aufsichtsrats. Vom Arbeitsausschuss werden zwischen den Aufsichtsratssitzungen insbesondere die Überwachungsaufgaben wahrgenommen. Die Überwachungspflicht der einzelnen Aufsichtsratsmitglieder bleibt davon unberührt. Der Arbeitsausschuss entscheidet über zustimmungspflichtige Geschäfte, soweit der Aufsichtsrat seine Zustimmungskompetenz auf den Arbeitsausschuss übertragen hat. Soweit rechtlich zulässig, ist der Arbeitsausschuss berechtigt, in Eilfällen anstelle des Gesamtaufichtsrats Entscheidungen zu treffen. In solchen Fällen hat der Arbeitsausschuss den Aufsichtsrat unverzüglich schriftlich und in der nächsten Aufsichtsratssitzung eingehend mündlich über die Entscheidung, die Gründe und die Notwendigkeit der Ausschussentscheidung zu informieren.

Zum 31. Dezember 2023 gehören dem Arbeitsausschuss folgende Mitglieder an: Hermann Waldemer (Vorsitz), Iris Epple-Righi, Katharina Herzog, Luca Marzotto, Tanja Silvana Nitschke und Sinan Piskin.

4. Nominierungsausschuss

Der Nominierungsausschuss besteht aus zwei Mitgliedern, die von den Anteilseignervertretern im Aufsichtsrat gewählt werden, und ist damit gemäß der Empfehlung in D.4 des DCGK ausschließlich mit Vertretern der Anteilseigner besetzt. Er hat die Aufgabe, geeignete Kandidaten für die Wahl von Anteilseignervertretern im Aufsichtsrat zu identifizieren und diese dem Aufsichtsrat für dessen Wahlvorschläge an die Hauptversammlung vorzuschlagen.

Zum 31. Dezember 2023 gehören dem Nominierungsausschuss folgende Mitglieder an: Hermann Waldemer (Vorsitz) und Gaetano Marzotto.

5. Vermittlungsausschuss

Der Vermittlungsausschuss besteht aus dem Vorsitzenden des Aufsichtsrats, seinem Stellvertreter sowie aus je einem von Arbeitnehmer- und Anteilseignervertretern im Aufsichtsrat mit der Mehrheit der abgegebenen Stimmen gewählten Mitglied. Er ist ausschließlich zu dem Zweck gebildet, die in § 27 Abs. 3 und § 31 Abs. 3 Satz 1 Mitbestimmungsgesetz genannten Aufgaben wahrzunehmen. Danach hat der Vermittlungsausschuss Vorschläge für die Bestellung von Vorstandsmitgliedern zu machen, wenn ein vorangegangener Vorschlag nicht die gesetzlich erforderliche Mehrheit gefunden hat.

Zum 31. Dezember 2023 gehören dem Vermittlungsausschuss folgende Mitglieder an: Hermann Waldemer (Vorsitz), Daniela Liburdi, Gaetano Marzotto und Sinan Piskin.

Risikomanagement und Risikocontrolling

HUGO BOSS erachtet den verantwortungsbewussten, systematischen und transparenten Umgang mit Risiken als wesentlichen Bestandteil guter Corporate Governance. Das im wertorientierten Konzernmanagement verankerte **Risikomanagementsystem** soll es dem Unternehmen ermöglichen, unternehmerische Chancen zu nutzen und gleichzeitig Risiken möglichst frühzeitig zu erkennen, zu bewerten und Risikopositionen durch geeignete Maßnahmen zu steuern. Der Sicherstellung eines angemessenen, wirksamen Risikomanagements und Risikocontrollings kommt dabei eine besondere Bedeutung zu. Die Systeme werden kontinuierlich weiterentwickelt und den sich ändernden Rahmenbedingungen angepasst. Naturgemäß können diese jedoch keinen vollumfänglichen Schutz gegen Verluste aus geschäftlichen Vorgängen oder gar betrügerische Handlungen bieten. > **Risikobericht**

Rechnungslegung und Abschlussprüfung

Die Rechnungslegung von HUGO BOSS basiert auf den International Financial Reporting Standards (IFRS), wie sie in der Europäischen Union anzuwenden sind. Der vom Aufsichtsrat eingerichtete Prüfungsausschuss befasst sich regelmäßig mit der **Überwachung des Rechnungslegungsprozesses** sowie der **Überwachung der Abschlussprüfung**. Seit dem Geschäftsjahr 2022 erfolgt die Prüfung durch die Deloitte GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Stuttgart, wobei Marco Koch den Bestätigungsvermerk gemeinsam mit Dr. Thomas Reitmayr unterzeichnet. Für das abgelaufene Berichtsjahr wurde mit dem Abschlussprüfer vereinbart, dass der Vorsitzende des Prüfungsausschusses über mögliche Ausschluss- oder Befangenheitsgründe während der Prüfung unverzüglich zu unterrichten ist, soweit diese nicht unverzüglich beseitigt werden. Außerdem wurde mit dem Abschlussprüfer eine Berichtspflicht hinsichtlich aller für die Aufgaben des Aufsichtsrats wesentlichen Feststellungen und Vorkommnisse im Rahmen der Abschlussprüfung vereinbart. Auch hat der Abschlussprüfer den Aufsichtsrat zu informieren beziehungsweise im Prüfungsbericht zu vermerken, wenn bei der Abschlussprüfung Tatsachen festgestellt werden, die mit der von Vorstand und Aufsichtsrat nach § 161 AktG abgegebenen Entsprechenserklärung nicht vereinbar sind. Der Aufsichtsrat holte ferner eine Unabhängigkeitserklärung des Abschlussprüfers ein und überzeugte sich von der Unabhängigkeit des Prüfers. Die Erklärung bezog sich dabei auch auf die Vergabe von Aufträgen für nicht prüfungsbezogene Dienstleistungen an den Abschlussprüfer.

Vergütung von Vorstand und Aufsichtsrat

HUGO BOSS betrachtet die transparente und nachvollziehbare Berichterstattung über die Vergütung von Vorstand und Aufsichtsrat als wesentliches Element guter Corporate Governance. Im **Vergütungsbericht** nach § 162 AktG werden die Vergütungen der amtierenden und früheren Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats von HUGO BOSS im Geschäftsjahr 2023 dargestellt und erläutert. Daneben werden auch die im Geschäftsjahr 2023 geltenden Vergütungssysteme für den Vorstand und den Aufsichtsrat in ihren Grundzügen dargestellt. > **Vergütungsbericht**

Entsprechenserklärung

Vorstand und Aufsichtsrat der HUGO BOSS AG haben im Dezember 2023 folgende Erklärung gemäß § 161 AktG abgegeben:

„Entsprechenserklärung

Erklärung des Vorstands und des Aufsichtsrats der HUGO BOSS AG gemäß § 161 AktG

HUGO BOSS AG, Metzingen, Wertpapier-Kenn-Nummer A1PHFF, Internationale Wertpapier-Kenn-Nummer DE000A1PHFF7

Vorstand und Aufsichtsrat der HUGO BOSS AG erklären hiermit gemäß § 161 Abs. 1 Satz 1 AktG, dass seit der Entsprechenserklärung vom Februar 2023 den Empfehlungen der Regierungskommission „Deutscher Corporate Governance Kodex“ in der Fassung vom 28. April 2022 – bekannt gemacht im Bundesanzeiger am 27. Juni 2022 – („DCGK 2022“) mit folgenden Ausnahmen entsprochen wurde und wird:

- Die Berichterstattung im Lagebericht bzw. im Konzernlagebericht der HUGO BOSS AG für das Geschäftsjahr 2022 orientiert sich an den gesetzlichen Vorgaben des § 289 Abs. 4 bzw. des § 315 Abs. 4 HGB und enthält ausführliche Angaben zum internen Kontrollsystem und zum Risikomanagementsystem im Hinblick auf den (Konzern-) Rechnungslegungsprozess. Aufgrund der zum Zeitpunkt der Erstellung unklaren – und über die gesetzlichen Vorschriften hinausgehenden – Anforderungen des DCGK 2022 zur Angemessenheit und Wirksamkeit hat die HUGO BOSS AG im Februar 2023 vorsorglich eine Abweichung von der Empfehlung A.5 des DCGK 2022 erklärt. Für den Lagebericht bzw. Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr 2022 gilt diese Abweichung weiterhin. Im Lagebericht bzw. Konzernlagebericht der HUGO BOSS AG für das Geschäftsjahr 2023 wird der Empfehlung A.5 des DCGK 2022 entsprochen werden.
- Abweichend von der Empfehlung in G.11 Satz 2 des DCKG 2022 sehen die aktuell bestehenden Anstellungsverträge mit den Mitgliedern des Vorstands zum Teil keine Möglichkeit vor, eine variable Vergütung in begründeten Fällen einzubehalten oder zurückzufordern. Das von der Hauptversammlung am 11. Mai 2021 gebilligte Vergütungssystem sieht eine solche Rückforderungs- bzw. Einbehaltungsmöglichkeit vor. Die entsprechende Anpassung der Anstellungsverträge soll spätestens im Rahmen der Verlängerung eines bestehenden Vertrags bzw. bei einer Neubestellung vorgenommen werden, so dass der Empfehlung ab diesem Zeitpunkt entsprochen wird.

Metzingen, Dezember 2023“

VERGÜTUNGSBERICHT

Darstellung und Erläuterung der Vorstands- und Aufsichtsratsvergütung

Vergütungssystem am langfristigen Unternehmenserfolg ausgerichtet

Bericht entspricht Anforderungen des § 162 AktG und orientiert sich am DCGK

HUGO BOSS betrachtet die transparente und nachvollziehbare Berichterstattung über die Vergütung von Vorstand und Aufsichtsrat als **wesentliches Element guter Corporate Governance**. Im nachfolgenden Vergütungsbericht nach § 162 AktG werden die Vergütungen der amtierenden und früheren Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats der HUGO BOSS AG im Geschäftsjahr 2023 dargestellt und erläutert. Um die Einordnung der gemachten Angaben zu erleichtern, werden auch die im Geschäftsjahr 2023 geltenden Vergütungssysteme für den Vorstand und den Aufsichtsrat in ihren Grundzügen dargestellt. Eine ausführliche Beschreibung der Vergütungssysteme für den Vorstand und den Aufsichtsrat findet sich darüber hinaus unter [verguetung.hugoboss.com](https://www.verguetung.hugoboss.com).

Rückblick auf das Geschäftsjahr 2023 aus Vergütungssicht

Beschlussfassung über die Billigung des Vergütungsberichts für das Geschäftsjahr 2022

Der gemäß § 162 AktG erstellte Bericht über die den amtierenden und ehemaligen Mitgliedern des Vorstands und des Aufsichtsrats der HUGO BOSS AG im Geschäftsjahr 2022 gewährten bzw. geschuldeten Vergütungen wurde am 9. Mai 2023 mit einer Mehrheit von 66,37 % des gemäß § 120a Abs. 4 AktG vertretenen Kapitals **von der Hauptversammlung beschlossen**. Der Vorstand und der Aufsichtsrat haben dieses Votum zur Kenntnis und gleichzeitig zum Anlass genommen, die Gründe für die vergleichsweise geringe Zustimmungsrate im direkten Austausch mit wichtigen Kapitalmarktteilnehmern zu erörtern. Nach übereinstimmender Auffassung von Vorstand und Aufsichtsrat stand dieses Votum weder in unmittelbarem Zusammenhang mit den Grundzügen des Vergütungssystems noch mit der Gestaltung des Vergütungsberichts. Im Hinblick auf Letzteres bleibt daher das derzeitige Format des Vergütungsberichts für das Geschäftsjahr 2023 in seinen wesentlichen Aspekten unverändert. Gleichzeitig wurden die im weiteren Verlauf dieses Vergütungsberichts enthaltenen Angaben zur sogenannten CEO Investment Opportunity, die explizit nicht Teil des Vergütungssystems von HUGO BOSS ist, gegenüber dem Vorjahr erweitert, um die Transparenz hierzu weiter zu erhöhen.

Anwendung des Vergütungssystems für den Vorstand im Geschäftsjahr 2023

Das **aktuelle Vergütungssystem für den Vorstand**, dessen Grundzüge im weiteren Verlauf dieses Berichts dargestellt werden, wurde auf der Hauptversammlung am 11. Mai 2021 mit einer Mehrheit von 93,83 % des vertretenen Kapitals beschlossen und gilt für alle Neubestellungen und Vertragsverlängerungen. Darüber

hinaus wurden den Vorstandsmitgliedern im Sinne des § 162 AktG im Geschäftsjahr 2023 einzelne Vergütungen gewährt, die in früheren Geschäftsjahren unter dem seinerzeit geltenden Vergütungssystem zugesagt worden waren. Diese Vergütungen werden im Folgenden, sofern einschlägig, ebenfalls dargestellt und erläutert.

Der Personalausschuss überprüft regelmäßig die **Angemessenheit und Üblichkeit der Vergütung** der Vorstandsmitglieder und schlägt dem Aufsichtsrat bei Bedarf Anpassungen vor, um innerhalb des geltenden Rahmens eine marktübliche und zugleich wettbewerbsfähige Vergütung für die Vorstandsmitglieder sicherzustellen. Die Angemessenheit wurde zuletzt im März 2023 überprüft. Dabei wurde die Vorstandsvergütung unter Berücksichtigung der Größenkriterien Umsatz, Mitarbeiter und Marktkapitalisierung den Unternehmen des DAX und MDAX sowie relevanten Wettbewerbern gegenübergestellt (**horizontale Prüfung der Angemessenheit**). Die Überprüfung führte zu dem Ergebnis, dass die Vergütung der Vorstandsmitglieder von HUGO BOSS als marktüblich anzusehen ist. Die Angemessenheitsprüfung der Vorstandsvergütung innerhalb des Konzerns erfolgt darüber hinaus jährlich anhand der Entwicklung der Vorstandsvergütung im Vergleich zur Entwicklung der Vergütung des oberen Führungskreises, definiert als die erste Managementebene unterhalb des Vorstands, und zur Entwicklung der Vergütung der Belegschaft insgesamt, definiert als Durchschnittsvergütung der Vollbeschäftigten des Konzerns (**vertikale Prüfung der Angemessenheit**).

In Übereinstimmung mit dem geltenden Vergütungssystem hat der Aufsichtsrat konkrete **Zielvergütungen** für jedes Vorstandsmitglied festgelegt. Die Zielvergütung der Vorstandsmitglieder wurde im Geschäftsjahr 2023 nicht angepasst. Ebenso sind auch für das Geschäftsjahr 2024 keine Anpassungen vorgesehen, abgesehen von möglichen Anpassungen im Rahmen von Einzelvertragsverlängerungen.

Im Geschäftsjahr 2023 gab es **keine personellen Veränderungen** im Vorstand der HUGO BOSS AG.

Die am 4. August 2021 vorgestellte **Wachstumsstrategie „CLAIM 5“** zielt auf deutliches Umsatz- und Ergebniswachstum ab. Auf seinem Investorentag im Juni 2023 präsentierte HUGO BOSS ein Update zu „CLAIM 5“ und erhöhte in diesem Zusammenhang seine mittelfristigen Finanzziele. Diese Entwicklung reflektiert die äußerst erfolgreiche Umsetzung sämtlicher strategischer Initiativen, die zu einer deutlichen Beschleunigung des Umsatz- und Ergebniswachstums seit 2021 führte. In diesem Zusammenhang setzt die Ausgestaltung des Vergütungssystems weiterhin **wichtige Anreize für die weitere erfolgreiche Umsetzung der Konzernstrategie**. Die Vorstandsvergütung ist folglich eng mit „CLAIM 5“ verknüpft, da die erfolgsabhängigen Vergütungskomponenten (STI und LTI) unter anderem auf die Entwicklung der finanziellen Leistungskriterien Umsatz, operatives Ergebnis (EBIT) und Relative Total Shareholder Return (RTSR) abstellen. Die Berücksichtigung zweier nichtfinanzieller Leistungskriterien betont zudem die Verantwortung des Unternehmens für Umwelt-, Sozial- und Governance-Themen sowie das Ziel einer nachhaltigen und langfristig erfolgreichen Geschäftsentwicklung, die ebenfalls fest in „CLAIM 5“ verankert sind.

Die starke operative Entwicklung im Geschäftsjahr 2023, die abermals auf die erfolgreiche Umsetzung der „CLAIM 5“-Strategie zurückzuführen ist, hat dazu geführt, dass die für den **Short Term Incentive (STI)** relevanten und zu Beginn des Berichtsjahres gesetzten Ziele für die zwei finanziellen Leistungskriterien Umsatz und EBIT für das Geschäftsjahr 2023 übertroffen wurden. Bei der dritten STI-Komponente, Trade Net Working Capital (TNWC) in Prozent des Umsatzes, wurde das Mindestziel im Jahr 2023 hingegen nicht erreicht. Insgesamt lag der durchschnittliche Grad der Zielerreichung des STI 2023 folglich bei 105 %. Die für das Geschäftsjahr 2023 geschuldete Auszahlung aus der für das Geschäftsjahr 2020 aufgelegten Tranche des **Long Term Incentive (LTI)** beläuft sich auf 159 % des Zielwerts (Auszahlung im Geschäftsjahr 2024).

Von den im Vergütungssystem gemäß den rechtlichen Vorgaben verankerten Möglichkeiten, vorübergehend vom Vergütungssystem abzuweichen oder bei Vorliegen bestimmter Umstände Anpassungen bei der Zielerreichung vorzunehmen, hat der Aufsichtsrat im abgelaufenen Geschäftsjahr **keinen Gebrauch** gemacht.

Der vorliegende Vergütungsbericht wird gemeinsam durch den Vorstand und den Aufsichtsrat erstellt. Der Vergütungsbericht wird durch den **Abschlussprüfer** im Rahmen der gesetzlich erforderlichen formellen Prüfung gemäß § 162 Abs. 3 AktG geprüft. Der entsprechende **Vermerk über die Prüfung des Vergütungsberichts** ist diesem Vergütungsbericht beigelegt. [> Vermerk des unabhängigen Wirtschaftsprüfers über die Prüfung des Vergütungsberichts nach § 162 Abs. 3 AktG](#)

Anwendung des Vergütungssystems für den Aufsichtsrat im Geschäftsjahr 2023

Das gegenüber dem Vorjahr **unveränderte Vergütungssystem für den Aufsichtsrat** wurde vollständig wie in § 12 der Satzung der Gesellschaft geregelt angewendet.

Im Geschäftsjahr 2023 gab es **zwei personelle Veränderungen** im Aufsichtsrat der HUGO BOSS AG. Mit Wirkung zum 9. Mai 2023 schieden die beiden Arbeitnehmervertreter Anita Kessel und Martin Sambeth aus dem Aufsichtsrat aus. Als Nachfolgerin von Anita Kessel trat Daniela Liburdi am 9. Mai 2023 in den Aufsichtsrat ein. Andreas Flach trat am 9. Mai 2023 als Nachfolger von Martin Sambeth in den Aufsichtsrat ein. Gemäß § 12 der Satzung der Gesellschaft erhalten alle vier für ihre Tätigkeit im Geschäftsjahr 2023 eine anteilige Vergütung.

Vergütung der Mitglieder des Vorstands im Geschäftsjahr 2023

Überblick über die Ausgestaltung des Vergütungssystems für den Vorstand

Bei der Ausgestaltung des Vergütungssystems wurden die Anforderungen des Aktiengesetzes, insbesondere die Anforderungen des Gesetzes zur Umsetzung der zweiten Aktionärsrechterichtlinie (ARUG II), sowie die Empfehlungen des DCGK in der Fassung vom 16. Dezember 2019 berücksichtigt. Darüber hinaus entspricht es den Empfehlungen des aktualisierten DCGK in der Fassung vom 28. April 2022. Das Vergütungssystem des Vorstands ist ein wichtiges Element der Ausrichtung des Konzerns und soll wesentlich zur **Verbesserung der operativen Performance** sowie zur **erfolgreichen Umsetzung der Konzernstrategie** und damit zum langfristigen Erfolg von HUGO BOSS beitragen. Es soll eine erfolgreiche und nachhaltige Unternehmensführung unterstützen. Daher ist die Vergütung der Vorstandsmitglieder an die kurz- und langfristige Entwicklung des Unternehmens gekoppelt. Durch die Wahl geeigneter Leistungskriterien werden gleichzeitig wichtige Anreize für die erfolgreiche Umsetzung der „CLAIM 5“-Strategie gesetzt.

Dies beinhaltet, dass sich die Vergütung der Vorstandsmitglieder aus erfolgsunabhängigen und erfolgsabhängigen Elementen zusammensetzt. Die **Zielgesamtvergütung** des Vorstands besteht aus einer Festvergütung, Nebenleistungen, Versorgungszusagen, dem Zielbetrag des Short Term Incentive (STI) sowie dem Zielbetrag des Long Term Incentive (LTI). Somit beinhaltet es überwiegend erfolgsabhängige Vergütungselemente. Ziel ist die Stärkung des Leistungsgedankens des Vergütungssystems. Der Anteil des Zielbetrags des eine Laufzeit von insgesamt vier Jahren umfassenden LTI an der Zielgesamtvergütung übersteigt dabei den des STI (Relation von rund 60:40). Dies soll sicherstellen, dass die Vergütungsstruktur insgesamt auf eine **nachhaltige und erfolgreiche langfristige Geschäftsentwicklung** ausgerichtet ist.

Für die variable Vergütung sind **Malus- und Clawback-Regelungen** vorgesehen. Die jährliche Gesamtvergütung der Vorstandsmitglieder ist zudem auf eine **Maximalvergütung** begrenzt. Darüber hinaus bilden die **Share Ownership Guidelines** einen weiteren wesentlichen Bestandteil des Vergütungssystems. Auch regelt das Vergütungssystem **weitere vergütungsbezogene Rechtsgeschäfte**, wie zum Beispiel Vertragslaufzeiten und Zusagen bei Beendigung der Vorstandstätigkeit.

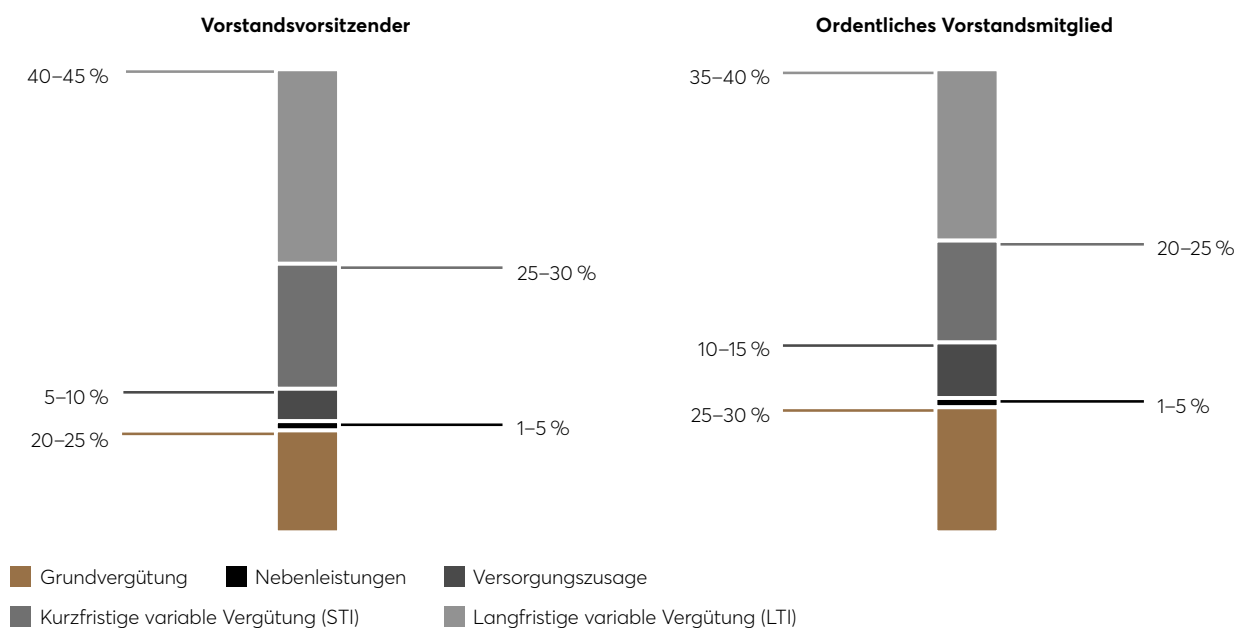
Folgende Tabelle stellt die **grundlegenden Bestandteile des Vergütungssystems für den Vorstand sowie deren Ausgestaltung** dar. Die Bestandteile und ihre konkrete Anwendung im Geschäftsjahr 2023 werden im Folgenden im Detail erläutert.

ÜBERBLICK ÜBER DAS VERGÜTUNGSSYSTEM

Fixe Vergütung	Grundvergütung	Jährliche Festvergütung, die als monatliches Gehalt gezahlt wird	
	Nebenleistungen	Sachbezüge, welche die Nutzung des Dienstwagens, Zuschüsse zu Versicherungen sowie in geringem Umfang sonstige zur Erfüllung der Vorstandsaufgaben zweckmäßige Ausstattungen und Leistungen umfassen	
	Versorgungszusage	<ul style="list-style-type: none">• Beitragsorientierte Zusage (Einzahlung in eine Rückdeckungsversicherung)• Beitrag: 40 % der Grundvergütung• Feste Altersgrenze: 65 Jahre	
Erfolgsabhängige (variable) Vergütung	Kurzfristige variable Vergütung (STI)	Plantyp	Zielbonussystem
		Planlaufzeit	1 Jahr
		Zielgrößen	<ul style="list-style-type: none">• 40 % EBIT (Zielerreichung: 0 %–150 %)• 30 % Umsatz (Zielerreichung: 0 %–150 %)• 30 % Trade Net Working Capital im Verhältnis zum Umsatz (Zielerreichung: 0 %–150 %)
		Auszahlung	In bar nach Abschluss des Geschäftsjahres (Cap: 150 % des individuellen Zielbetrags)
	Langfristige variable Vergütung (LTI)	Plantyp	Performance Share Plan
		Planlaufzeit	4 Jahre
		Zielgrößen	<ul style="list-style-type: none">• 1/3 Relative Aktienrendite (Relativer Total Shareholder Return – RTSR) (Zielerreichung: 0 %–200 %)• 1/3 Kapitalverzinsung (Return on Capital Employed – ROCE) (Zielerreichung: 0 %–200 %)• 1/6 Mitarbeiterzufriedenheit (Zielerreichung: 0 %–200 %)• 1/6 Leistung des Unternehmens im Bereich der Nachhaltigkeit (Zielerreichung: 0 %–200 %)
		Auszahlung	In bar nach Ende der 4-jährigen Planlaufzeit (Cap: 250 % des individuellen Zielbetrags)
	Außerordentliche Vergütung (Sign-On; Zulage)		<ul style="list-style-type: none">• Keine Möglichkeit zur außerordentlichen Vergütung im Ermessen des Aufsichtsrats bei besonderen Leistungen• Gewährung weiterer, außerordentlicher Vergütungskomponenten auf zeitlich begrenzter Basis (Zahlungen an zukünftige Vorstandsmitglieder z.B. zum Ausgleich des Verlusts der variablen Vergütung von ehemaligen Arbeitgebern oder Vergütung für die Übernahme zusätzlicher Verantwortung auf Interimbasis)
	Malus- und Clawback-Regelungen		Einbehalt oder Rückforderung eines Teils oder der gesamten variablen Vergütung (STI und LTI) bei Compliance-Verstößen oder fehlerhaftem Konzernabschluss
Share Ownership Guidelines (SOG)		<ul style="list-style-type: none">• 200 % der jährlichen Brutto-Grundvergütung für den Vorstandsvorsitzenden• 100 % der jährlichen Brutto-Grundvergütung für die ordentlichen Vorstandsmitglieder	
Maximalvergütung		<ul style="list-style-type: none">• 11.000.000 EUR für den Vorstandsvorsitzenden• 5.500.000 EUR für die ordentlichen Vorstandsmitglieder	

Im Detail gestalten sich die **relativen Anteile der einzelnen Vergütungskomponenten** im Verhältnis zur Zielgesamtvergütung (d.h. unter der Annahme einer Zielerreichung von 100 % für die beiden variablen Vergütungskomponenten) wie folgt:

VERGÜTUNGSSTRUKTUR DES VORSTANDS



Erfolgsunabhängige (fixe) Vergütungskomponenten

Die fixen Vergütungsbestandteile umfassen die feste Grundvergütung, Nebenleistungen und den Beitrag zur Altersversorgung.

Die feste **Grundvergütung** wird monatlich als Gehalt ausbezahlt. Sie berücksichtigt die dem Vorstandsmitglied übertragene Funktion und die damit einhergehenden Aufgaben und den Verantwortungsbereich des Vorstandsmitglieds. Die aktuelle jährliche Grundvergütung der zum 31. Dezember 2023 amtierenden Vorstandsmitglieder beträgt 1.300 TEUR für Daniel Grieder, 750 TEUR für Yves Müller und 750 TEUR für Oliver Timm.

Zusätzlich zur Grundvergütung erhalten die Mitglieder des Vorstands **Nebenleistungen** in geringem Umfang, die sie, soweit ihnen aus der privaten Nutzung ein geldwerter Vorteil entsteht, jeweils nach den geltenden steuerlichen Regelungen individuell versteuern. Die Nebenleistungen umfassen im Wesentlichen die private Nutzung des Dienstwagens, Zuschüsse zu Kranken- und Pflegeversicherungen, den Abschluss von und Beiträge zu Unfall- und D&O-Versicherungen (mit Selbstbehalt gemäß § 93 Abs. 2 Satz 3 AktG), eine „Clothing Allowance“ in geringem Umfang, die dem Kauf von BOSS und HUGO Produkten für repräsentative Zwecke dient, die Erstattung von angemessenen Steuerberatungskosten sowie in geringem Umfang sonstige zur Erfüllung der Vorstandsaufgaben zweckmäßige Ausstattung und Leistungen. Zudem werden für neu eintretende Vorstandsmitglieder Kosten in angemessenem Umfang für eine Unterkunft in Metzingen, Heim- und Rückflüge und Umzugskosten im Falle eines Umzugs nach Metzingen (oder Umgebung) ersetzt.

Bei den **Versorgungszusagen** gegenüber den Vorstandsmitgliedern handelt es sich um beitragsorientierte Pensionszusagen. HUGO BOSS zahlt für die Mitglieder des Vorstands jährlich einen Versorgungsbeitrag in Höhe von 40 % der individuellen Grundvergütung in eine Rückdeckungsversicherung ein. Die Höhe der Altersleistung entspricht dabei dem über die individuelle Rückdeckungsversicherung angesparten Betrag. Dieser ergibt sich aus den gesamten jährlich abgeführten Versorgungsbeträgen zuzüglich einer jährlichen Verzinsung in Abhängigkeit vom jeweiligen Versicherungstarif. Ein Anspruch auf Altersleistung entsteht mit oder nach Vollendung einer festen Altersgrenze von 65 Jahren oder für den Fall, dass das Vorstandsmitglied vor Erreichen der Altersgrenze aufgrund von Krankheit oder Unfall dauernd arbeitsunfähig geworden ist und aus dem Unternehmen ausscheidet. Im Todesfall des Vorstandsmitglieds haben dessen Ehegatte bzw. sein nach dem Lebenspartnerschaftsgesetz eingetragener Lebenspartner und die Waisen Anspruch auf eine Hinterbliebenenrente. Scheidet das Vorstandsmitglied vor Eintritt des Pensionsfalls aus dem Unternehmen aus, bleiben die Anwartschaften auf Versorgungsleistungen bei einer versorgungsfähigen Dienstzeit von mehr als drei Jahren erhalten. Die Höhe der Anwartschaften entspricht bei Ausscheiden vor Erreichen der festen Altersgrenze den Leistungen aus der zum Zeitpunkt des Ausscheidens beitragsfrei gestellten Rückdeckungsversicherung. Laufende Rentenzahlungen werden jährlich um mindestens 1 % angepasst. Bei der Konzeption der beitragsorientierten Versorgungsregelung für die aktiven Vorstandsmitglieder wurde der Aufsichtsrat von einem unabhängigen Vergütungsexperten begleitet.

Darüber hinaus bietet HUGO BOSS den Mitgliedern des Vorstands die Möglichkeit, durch Gehaltsumwandlungen **zusätzliche Versorgungsbezüge** zu erwerben (Deferred-Compensation-Vereinbarungen). Diese Zusatzversorgung kann in Form von Ruhestandsbezügen, wahlweise in Form von Berufsunfähigkeitsbezügen und/oder Hinterbliebenenbezügen und/oder in Form einer Kapitalleistung im Todesfall, gewährt werden. Die Versorgungsbezüge werden als monatliche Rente gezahlt, wobei Hinterbliebenenbezüge auch als Einmalkapital gewährt werden können. Die Beiträge aus Gehaltsumwandlungen sind in der Angabe der gewährten und geschuldeten erfolgsunabhängigen Vergütung für das betreffende Geschäftsjahr enthalten. Rückstellungen und Planvermögen werden in gleicher Höhe angesetzt.

VERSORGUNGSZUSAGEN (IN TEUR)

	Daniel Grieder Vorstandsvorsitzender (seit 1. Juni 2021)		Yves Müller Ordentliches Vorstandsmitglied (seit 1. Dezember 2017)		Oliver Timm Ordentliches Vorstandsmitglied (seit 1. Januar 2021)	
	2023	2022	2023	2022	2023	2022
Dienstzeitaufwand nach IFRS	520	520	300	300	300	300
Pensionsrückstellung nach IFRS	0	0	0	0	0	0

	Dr. Heiko Schäfer Ordentliches Vorstandsmitglied (von 16. März 2020 bis 31. Mai 2022)		Ingo Wilts Ordentliches Vorstandsmitglied (von 15. August 2016 bis 28. Februar 2022)		Total	
	2023	2022	2023	2022	2023	2022
Dienstzeitaufwand nach IFRS	0	290	0	290	1.120	1.700
Pensionsrückstellung nach IFRS	0	0	0	0	0	0

Erfolgsabhängige (variable) Vergütungskomponenten

Das Vergütungssystem des Vorstands beinhaltet zwei erfolgsabhängige Komponenten: die kurzfristige variable Vergütung (STI) sowie die langfristige variable Vergütung (LTI). Diese sind an die Performance des Unternehmens gekoppelt und sollen **Anreize für die erfolgreiche Umsetzung der Konzernstrategie** sowie für eine **wertschaffende und langfristig erfolgreiche Entwicklung von HUGO BOSS** setzen. Die Leistungskriterien und die Kennzahlen, die im Geschäftsjahr 2023 für die Leistungsbeurteilung im Rahmen der variablen Vergütung zur Anwendung kamen, stehen daher im Einklang mit der Konzernstrategie und sind aus den strategischen Zielen sowie den operativen Steuerungsgrößen von HUGO BOSS abgeleitet. Darüber hinaus entsprechen sie dem gültigen Vergütungssystem.

Short Term Incentive (STI) 2023

Funktionsweise

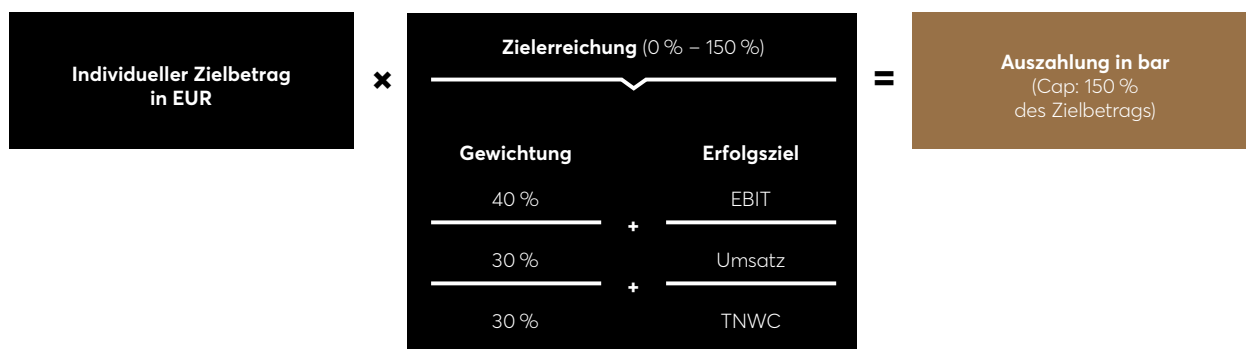
Der STI ist die kurzfristige variable Vergütungskomponente mit einer Laufzeit von einem Jahr. Die Höhe des STI bemisst sich dabei an der Entwicklung finanzieller Leistungskriterien. In Übereinstimmung mit dem Steuerungssystem des Konzerns hat der Aufsichtsrat folgende **drei finanziellen Leistungskriterien als Zielgrößen** bestimmt:

- Umsatz (die im Konzernabschluss ausgewiesenen Umsatzerlöse unter Verwendung der im Budget zugrunde gelegten Wechselkurse)
- EBIT (Konzernergebnis vor Zinsen und Steuern)
- Trade Net Working Capital (TNWC; Summe von Roh- und Fertigwaren sowie Forderungen aus Lieferungen und Leistungen abzüglich Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen) im Verhältnis zu den Umsatzerlösen > **Unternehmenssteuerung**

Das EBIT trägt mit einer **Gewichtung** von 40 % zur Gesamtzielerreichung des STI bei, während der Umsatz und das TNWC mit jeweils 30 % in die Gesamtzielerreichung einfließen.

Die **Auszahlung** aus dem STI berechnet sich, basierend auf einem für jedes Vorstandsmitglied individuell im jeweiligen Dienstvertrag festgelegten Zielbetrag und der Gesamtzielerreichung, wie folgt:

STI ZIELBONUSSYSTEM



Der **maximale Auszahlungsbetrag** aus dem STI ist insgesamt auf 150 % des Zielwerts begrenzt. Es gibt keine garantierte Mindestzielerreichung. Die Auszahlung kann folglich auch komplett entfallen. Der STI ist innerhalb einer Woche nach Billigung des Konzernabschlusses für das jeweilige Geschäftsjahr durch den Aufsichtsrat zur Auszahlung fällig.

Beitrag zur langfristigen Entwicklung des Konzerns

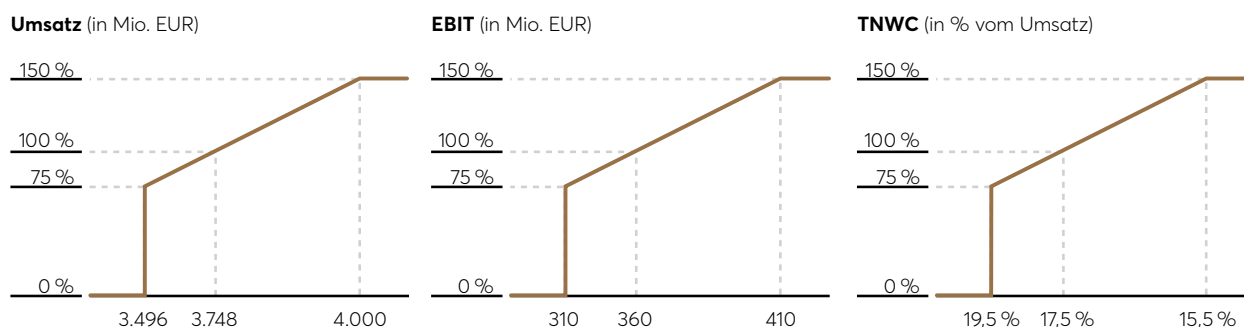
Der STI soll die **erfolgreiche Umsetzung der operativen Unternehmensziele** sicherstellen, deren Erreichung als Grundlage für die langfristige erfolgreiche Entwicklung von HUGO BOSS von wesentlicher Bedeutung ist. Mit Blick auf die „CLAIM 5“-Strategie von HUGO BOSS, die auf deutliche Umsatz- und Ergebnisverbesserungen abzielt, stellen der Umsatz und das EBIT wesentliche Zielgrößen des STI dar. Gleichzeitig stellt das TNWC die bedeutendste Kennzahl zur Steuerung eines effizienten Kapitaleinsatzes dar und wird folglich als drittes finanzielles Leistungskriterium im STI berücksichtigt.

Finanzielle Leistungskriterien

Zu Beginn des Geschäftsjahres beschließt der Aufsichtsrat jeweils einen **Zielwert**, ein **Minimalziel** und ein **Maximalziel** für die drei finanziellen Leistungskriterien Umsatz, EBIT und TNWC. Der Zielwert des jeweiligen finanziellen Leistungskriteriums ist aus der vom Aufsichtsrat gebilligten Budgetplanung abgeleitet. Wird das Ziel vollständig erreicht, entspricht die Zielerreichung 100 %. Bei Erreichung des Minimalziels entspricht die Zielerreichung 75 %. Liegt der Wert der Zielgröße unterhalb des Minimalziels, beträgt die Zielerreichung 0 %. Ist der Wert der Zielgröße größer oder gleich dem Maximalziel, beträgt die Zielerreichung 150 %. Eine weitere Steigerung des Wertes der Zielgröße führt in diesem Fall zu keiner weiteren Erhöhung der Zielerreichung. Zielerreichungen zwischen den festgelegten Zielerreichungspunkten (75 %; 100 %; 150 %) werden linear interpoliert.

Für das Geschäftsjahr 2023 hat der Aufsichtsrat im Hinblick auf die jeweiligen finanziellen Ziele die im folgenden dargestellten **Zielerreichungskorridore** zu Beginn des Geschäftsjahres festgelegt:

STI ZIELERREICHUNGSKORRIDORE FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2023



Im Falle einer **100%igen Zielerreichung** für den STI 2023 käme für die zum 31. Dezember 2023 aktiven Vorstandsmitglieder ein Gesamtbetrag von 2.800 TEUR zur Auszahlung (Daniel Grieder 1.500 TEUR, Yves Müller 650 TEUR und Oliver Timm 650 TEUR).

In Bezug auf die für das Geschäftsjahr 2023 maßgeblichen finanziellen Leistungskriterien hat der Aufsichtsrat nach Abschluss des Geschäftsjahres folgende **Zielerreichung** anhand der zu Beginn des Geschäftsjahres definierten Zielerreichungskorridore festgestellt:

ZIELERREICHUNG STI 2023 (IN MIO. EUR)

Zielkomponente	Zielgewichtung	Zielwert 2023 (bezogen auf 100 % Zielerreichung)	Performance- Korridor (Ober-/ Untergrenze) 2023	Ist-Wert 2023	Zielerreichung 2023
Umsatz ¹	30 %	3.748	3.496 bis 4.000	4.223	150 %
EBIT	40 %	360	310 bis 410	410	150 %
Trade Net Working Capital im Verhältnis zum Umsatz	30 %	17,5 %	19,5 % bis 15,5 %	20,8 %	0 %
Summe	100 %				105 %

¹ Unter Verwendung der im Budget zugrunde gelegten Wechselkurse.

Für das Geschäftsjahr 2023 liegt der **durchschnittliche Grad der Zielerreichung** folglich bei 105 %.

Zielerreichung STI 2023

Die **individuellen Auszahlungsbeträge** für den STI 2023, die der gewährten und geschuldeten Vergütung des Geschäftsjahres 2023 zugeordnet werden, stellen sich demnach wie folgt dar:

AUSZAHLUNG FÜR DEN STI 2023

	Zielbetrag (in TEUR)	Gesamt- zielerreichung	Auszahlungsbetrag (in TEUR)
Amtierende Vorstandsmitglieder zum 31. Dezember 2023			
Daniel Grieder, Vorstandsvorsitzender seit 1. Juni 2021	1.500	105 %	1.575
Yves Müller, Ordentliches Vorstandsmitglied seit 1. Dezember 2017	650	105 %	683
Oliver Timm, Ordentliches Vorstandsmitglied seit 1. Januar 2021	650	105 %	683
Ehemalige Vorstandsmitglieder			
Dr. Heiko Schäfer, Ordentliches Vorstandsmitglied (von 16. März 2020 bis 31. Mai 2022) ¹	104	n.a.	102
Summe	2.904		3.042

¹ Zur Abgeltung des anteiligen Anspruchs aus dem STI 2023 wurde Dr. Heiko Schäfer eine Zahlung in Höhe von 102 TEUR auf Basis eines in der Trennungsvereinbarung vom Mai 2022 vereinbarten Zielbetrags von 104 TEUR gewährt. Die Zahlung wurde im September 2022 fällig.

Ausblick auf den STI für das Geschäftsjahr 2024

Für den **STI des Geschäftsjahrs 2024** gelten unverändert die drei oben beschriebenen finanziellen Leistungskriterien samt ihrer jeweiligen Gewichtung. Die konkrete Zielsetzung für die drei Leistungskriterien wird mit dem Vergütungsbericht 2024 offengelegt und erläutert.

Long Term Incentive (LTI) 2023

Funktionsweise

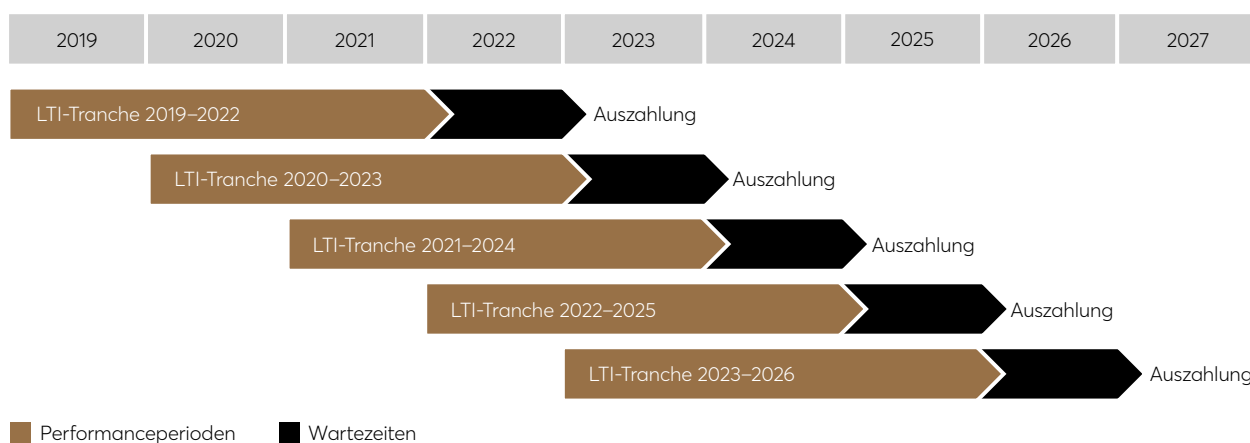
Der LTI ist die langfristige variable Vergütungskomponente und in Form eines **Performance-Share-Plans** ausgestaltet, der sowohl für die Konzernstrategie relevante finanzielle Zielgrößen als auch nichtfinanzielle Nachhaltigkeitsziele (aus dem Bereich Environment, Social, Governance – ESG) berücksichtigt. Der LTI soll folglich eine langfristige und am Unternehmensinteresse ausgerichtete Geschäftspolitik der Vorstandsmitglieder von HUGO BOSS sicherstellen. Der Aufsichtsrat hat entsprechend folgende **vier Kennzahlen als additiv verknüpfte Zielgrößen** für den LTI bestimmt:

- Relative Aktienrendite der HUGO BOSS Aktie (Relative Total Shareholder Return (RTSR))
- Kapitalverzinsung (Return on Capital Employed (ROCE))
- Mitarbeiterzufriedenheit
- Leistung des Unternehmens im Bereich der Nachhaltigkeit

Die Ziele für die Leistungskriterien RTSR und ROCE fließen zu jeweils einem Drittel, die Ziele für Mitarbeiterzufriedenheit und Nachhaltigkeit zu jeweils einem Sechstel in den LTI ein.

Der LTI wird in jährlichen Tranchen gewährt. Jede Tranche hat eine **dreijährige Performanceperiode**, die dem Planungshorizont des Konzerns aus der Mittelfristplanung entspricht und an die sich eine **zusätzliche Wartezeit von einem Jahr** anschließt, in der weiterhin die Aktienkursperformance berücksichtigt wird. Somit ergibt sich eine Gesamtlaufzeit von vier Jahren.

PERFORMANCEPERIODEN UND WARTEZEITEN DER LTI-TRANCHEN

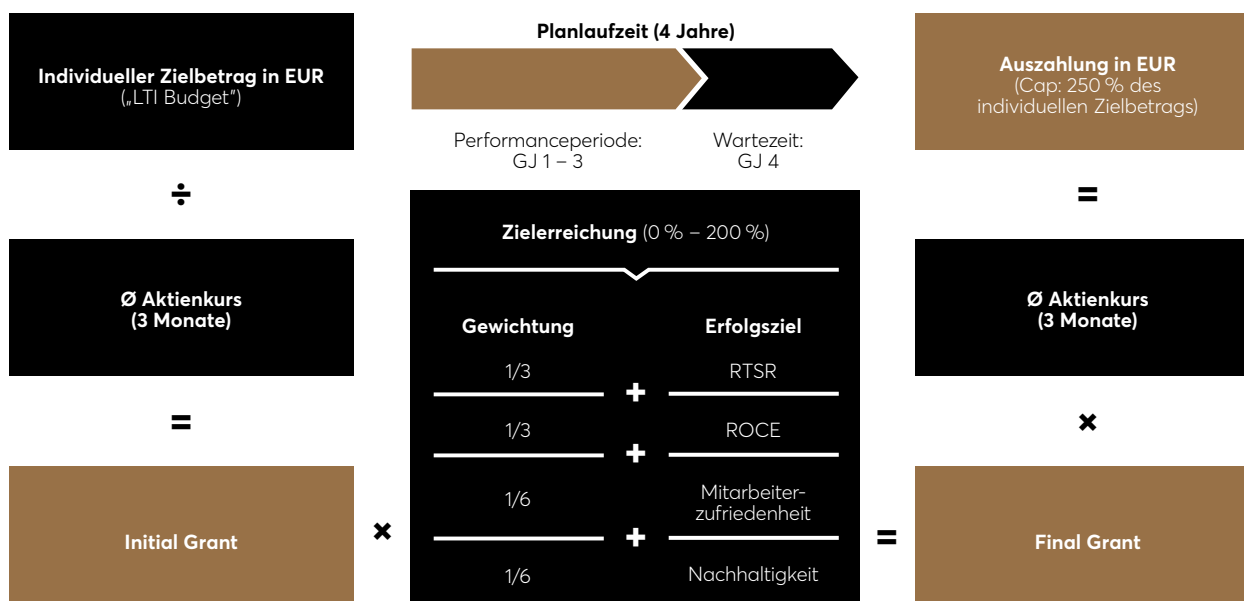


Der LTI sieht vor, dass die Vorstandsmitglieder bei Planbeginn bzw. bei Beginn ihrer Tätigkeit eine **definierte Anzahl („Initial Grant“) virtueller Aktien („Tranchen“)** erhalten. Der Initial Grant bestimmt sich nach der Höhe eines im jeweiligen Dienstvertrag festgelegten **Zielbetrags („LTI-Budget“)** dividiert durch den Kurs der HUGO BOSS Aktie der letzten drei Monate vor dem Zeitpunkt der Gewährung des Initial Grant. Nach Ablauf der Performanceperiode wird die **endgültige Anzahl der virtuellen Aktien („Final Grant“)** in Abhängigkeit

vom Erreichen bestimmter Zielgrößen ermittelt. Der **endgültige Auszahlungsanspruch** ergibt sich aus der Multiplikation des Final Grant mit dem Aktienkurs der Gesellschaft während der letzten drei Monate der Wartezeit und wird in bar ausgezahlt.

Die **tatsächliche Auszahlung aus dem LTI** berechnet sich demnach wie folgt:

LTI ZIELERREICHUNGSSYSTEM



Die **Zielerreichungen** der einzelnen Zielgrößen des LTI sind auf maximal 200 % begrenzt, während der sich ergebende Auszahlungsbetrag des LTI auf insgesamt 250 % des individuellen Zielbetrags begrenzt ist.

Beitrag zur langfristigen Entwicklung des Konzerns

Langfristiges Ziel von HUGO BOSS ist die **nachhaltige Steigerung des Unternehmenswerts**. Von besonderer Bedeutung ist dabei die Aktienkursentwicklung von HUGO BOSS. Mit dem RTSR wird deshalb die relative Aktienrendite von HUGO BOSS im Vergleich zum relevanten Wettbewerbsumfeld berücksichtigt. Dadurch soll ein Anreiz zur langfristigen Outperformance der Wettbewerber gesetzt werden. Der ROCE als weiteres finanzielles Leistungskriterium setzt zudem Anreize für die Steigerung der Rentabilität von HUGO BOSS und einen effizienten Kapitaleinsatz. Die Berücksichtigung zweier nichtfinanzieller Leistungskriterien im LTI betont die soziale und ökologische Verantwortung sowie das Ziel einer nachhaltigen Unternehmensentwicklung. Damit steht die Vorstandsvergütung eng mit den Interessen der Aktionäre und anderer Stakeholder im Einklang.

Individuelles LTI-Budget für den im Geschäftsjahr 2023 aufgelegten LTI 2023–2026

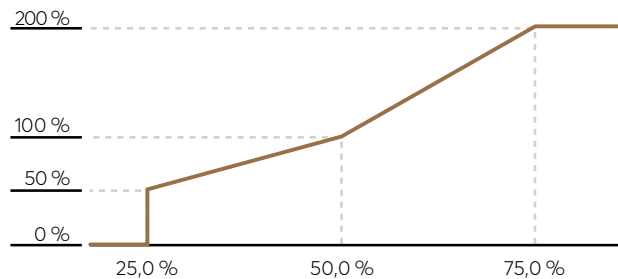
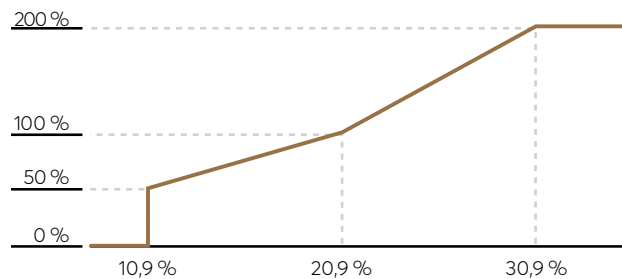
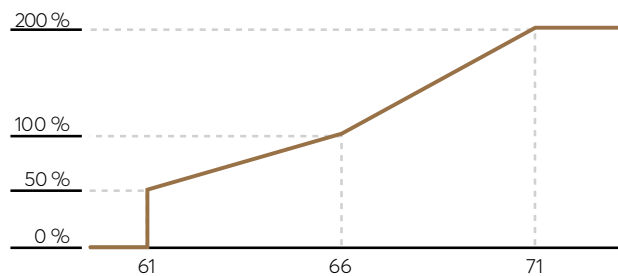
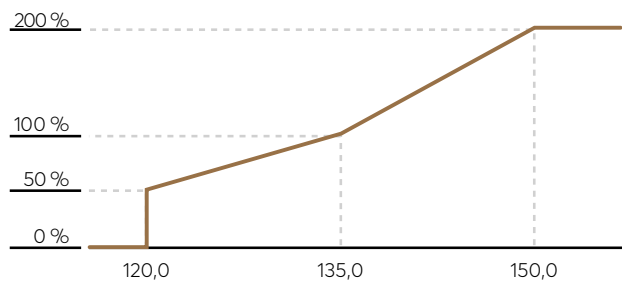
Die folgende Tabelle stellt die **Zuteilung** für die im Geschäftsjahr 2023 aufgelegte LTI-Tranche 2023–2026 dar. Dargestellt werden die Zielbeträge, die Anzahl vorläufig zugeteilter virtueller Aktien, der Auszahlungs-Cap sowie der beizulegende Zeitwert zum Zeitpunkt der Zuteilung gemäß „IFRS 2 Anteilsbasierte Vergütung“.

ZUTEILUNG DER LTI-TRANCHE 2023–2026

	Zielbetrag ("LTI Budget") in TEUR	Durchschnittskurs der HUGO BOSS Aktie im Q4 2022 in EUR	Anzahl vor- läufig zugeteilter virtueller Aktien ("Initial Grant")	Auszahlungs-Cap (250 % des Ziel- betrags) in TEUR	Beizulegender Zeitwert zum Zeitpunkt der Zuteilung in TEUR
Amtierende Vorstandsmitglieder zum 31. Dezember 2023					
Daniel Grieder, Vorstandsvorsitzender seit 1. Juni 2021	2.400	50,15	47.857	6.000	2.434
Yves Müller, Ordentliches Vorstandsmitglied seit 1. Dezember 2017	1.000	50,15	19.941	2.500	1.014
Oliver Timm, Ordentliches Vorstandsmitglied seit 1. Januar 2021	1.000	50,15	19.941	2.500	1.014

**Finanzielle und nichtfinanzielle Leistungskriterien für den im Geschäftsjahr 2023
aufgelegten LTI 2023–2026**

Die nachfolgend dargestellten Ziel- und Schwellenwerte für die vier Leistungskriterien des LTI gelten über die gesamte Performanceperiode der Tranche.

ZIELERREICHUNGSKORRIDORE FÜR DEN LTI 2023–2026**RTSR****ROCE****Mitarbeiterzufriedenheit****Nachhaltigkeit**

Der **RTSR** ist ein Maßstab für die nachhaltige Steigerung des Unternehmenswerts. Er bemisst die Wertentwicklung bestehend aus Aktienkursentwicklung und fiktiv reinvestierten Dividenden von HUGO BOSS im Vergleich zu einer ausgewählten Gruppe relevanter Wettbewerber des Premiumsegments der globalen Bekleidungsindustrie über die Performanceperiode. Die Zusammensetzung der Vergleichsgruppe ist folgender Übersicht zu entnehmen:

RELATIVE TOTAL SHAREHOLDER RETURN (RTSR) – VERGLEICHSGRUPPE

Burberry Group plc	Levi Strauss & Co.	SMCP Group
Capri Holdings Ltd.	Moncler Group	Tapestry Inc.
G-III Apparel Group	PVH Corp.	VF Corp.
Guess Inc.	Ralph Lauren Corp.	

Im Einklang mit der „CLAIM 5“-Strategie ist der Aufsichtsrat der Überzeugung, dass der Vergleich mit relevanten Wettbewerbern des Premiumsegments der globalen Bekleidungsindustrie die strategische Positionierung der beiden Marken BOSS und HUGO am besten widerspiegelt.

Zur **Ermittlung des Zielerreichungsgrades des RTSR** wird für jedes Jahr der Performanceperiode der TSR (Aktienkursentwicklung und fiktiv reinvestierte Dividenden) von HUGO BOSS sowie der Vergleichsunternehmen ermittelt. Anschließend werden die TSR-Werte der einzelnen Unternehmen der Größe nach sortiert (Ranking) und Perzentilrängen zugeordnet. Der Durchschnittswert der Perzentilränge von HUGO BOSS in den drei Jahren der Performanceperiode bestimmt die Zielerreichung. Wird das 50. Perzentil (Median) erreicht, d.h. HUGO BOSS liegt genau in der Mitte des Rankings der Vergleichsunternehmen, entspricht die Zielerreichung 100 %. Liegt der TSR von HUGO BOSS am 75. Perzentil oder höher, d.h. HUGO BOSS gehört zu den 25 % besten Unternehmen, beträgt die Zielerreichung 200 %. Höhere Perzentilränge führen zu keiner weiteren Erhöhung der Zielerreichung. Bei Erreichen des 25. Perzentils entspricht die Zielerreichung 50 %. Liegt der TSR von HUGO BOSS unterhalb des 25. Perzentils, d.h. HUGO BOSS gehört zu den unteren 25 % der Unternehmen, beträgt die Zielerreichung 0 %. Zielerreichungen zwischen den festgelegten Zielerreichungspunkten (50 %; 100 %; 200 %) werden linear interpoliert.

Der **ROCE** stellt die Rentabilität auf das eingesetzte Kapital dar und wird durch Division des EBIT durch das durchschnittlich investierte Kapital ermittelt. Der Grad der **Mitarbeiterzufriedenheit** wird im Rahmen einer jährlich durch Great Place to Work durchgeführten Mitarbeiterbefragung am „Employee Trust Index“ gemessen. Die **Nachhaltigkeitsleistung** ist an die Ergebnisse des Unternehmens im jährlichen Dow Jones Sustainability Index (DJSI)/Corporate Sustainability Assessment (CSA) geknüpft, in dem die Nachhaltigkeitsleistung von börsennotierten Unternehmen durch den unabhängigen Indexanbieter S&P Global bewertet wird.

Die **Zielerreichung** für die Leistungskriterien ROCE, Mitarbeiterzufriedenheit und Nachhaltigkeitsleistung wird für jedes Geschäftsjahr während der dreijährigen Performance-Periode im Vergleich zum jeweiligen vor Beginn der Tranche festgelegten Zielwert gemessen und anhand der oben stehenden Zielerreichungskorridore festgestellt.

Der Aufsichtsrat legt für den ROCE, die Mitarbeiterzufriedenheit und die Nachhaltigkeitsleistung jeweils ein **Ziel** sowie ein **Minimalziel** und ein **Maximalziel** fest. Wird das Ziel vollständig erreicht, entspricht die Zielerreichung 100 %. Eine Erreichung des Minimalziels entspricht einer Zielerreichung von 50 %. Liegt der Wert der Zielgröße unterhalb des Minimalziels, beträgt die Zielerreichung 0 %. Ist der Wert der Zielgröße größer oder gleich dem Maximalziel, beträgt die Zielerreichung 200 %. Eine weitere Steigerung des Wertes der Zielgröße führt zu keiner weiteren Erhöhung der Zielerreichung über 200 %. Zielerreichungen zwischen den festgelegten Zielerreichungspunkten (50 %; 100 %; 200 %) werden linear interpoliert.

Jahresbezogene Zielerreichungsgrade der Leistungskriterien für den im Geschäftsjahr 2023 aufgelegten LTI 2023–2026

Wie dargestellt, werden die Zielerreichungen der für den LTI zugrunde gelegten Leistungskriterien jahresbezogen ermittelt. Für das Geschäftsjahr 2023 hat der Aufsichtsrat folgende **Zielerreichung für die LTI-Tranche 2023–2026** festgestellt:

ZIELERREICHUNG 2023 DES LTI 2023–2026 (AUF VORLÄUFIGER BASIS)

Zielkomponente	Zielgewichtung	Zielwert (bezogen auf 100 % Ziel- erreichung)	Performance- Korridor (Ober-/ Untergrenze)	Ist-Wert 2023	Zielerreichung 2023
RTSR	33 %	50,0 %	25,0 % bis 75,0 %	72,7 %	191 %
ROCE	33 %	20,9 %	10,9 % bis 30,9 %	21,5 %	106 %
Mitarbeiterzufriedenheit	17 %	66	61 bis 71	70	184 %
Nachhaltigkeitsleistung	17 %	135,0	120,0 bis 150,0	181,3	200 %
Summe	100 %				163 %

Für das Geschäftsjahr 2023 liegt der **Grad der Zielerreichung** (auf vorläufiger Basis) der LTI-Tranche 2023–2026 folglich bei 163 %.

Auszahlung aus dem im Geschäftsjahr 2020 aufgelegten LTI 2020–2023

Die folgende Tabelle gibt einen Überblick über die **Gesamtzielerreichung** des im Geschäftsjahr 2023 gewährten LTI 2020–2023 (Auszahlung im Geschäftsjahr 2024):

FINALE ZIELERREICHUNG LTI 2020–2023

Zielkomponente	Ziel- gewichtung	Zielwert (bezogen auf 100 % Ziel- erreichung)	Performance- Korridor (Ober-/ Untergrenze)	Ist-Wert 2020	Ist-Wert 2021	Ist-Wert 2022	Ist-Wert (Durchschnitt 2020–2022)	Finale Ziel- erreichung
RTSR ¹	33 %	2,5 %	–10,0 % bis 15,0 %	–58,8 %	73,4 %	25,3 %	13,3 %	186 %
ROCE	33 %	21,0 %	9,0 % bis 33,0 %	18,8 %	15,2 %	21,6 %	18,5 %	90 %
Mitarbeiterzufriedenheit	17 %	62	57 bis 67	64	71	71	69	200 %
Nachhaltigkeitsleistung	17 %	105,0	92,5 bis 117,5	130,3	148,3	183,3	154,0	200 %
Summe	100 %							159 %

¹ Im bis einschließlich 1. April 2021 gültigen Vergütungssystem wurde beim RTSR auf einen Vergleich mit dem MSCI World Textiles, Apparel & Luxury Goods Performance Index abgestellt.

Der finale Grad der Zielerreichung der LTI-Tranche 2020–2023 liegt folglich bei 159 %. Es ergeben sich daher folgende **individuelle Auszahlungsbeträge aus der LTI-Tranche 2020–2023** (Auszahlung im Geschäftsjahr 2024):

AUSZAHLUNG FÜR DEN LTI 2020–2023

	Zielbetrag ("LTI Budget") in TEUR	Durch- schnitts- kurs der HUGO BOSS Aktie im Q4 2019 in EUR	Anzahl vorläufig zugeteilter virtueller Aktien ("Initial Grant")	Finale Ziel- erreichung	Anzahl endgültig zugeteilter virtueller Aktien ("Final Grant")	Durch- schnitts- kurs der HUGO BOSS Aktie im Q4 2023 in EUR	Auszah- lungsbetrag in TEUR
Amtierende Vorstandsmitglieder zum 31. Dezember 2023							
Yves Müller, Ordentliches Vorstandsmitglied seit 1. Dezember 2017	700	41,14	17.016	159 %	27.007	61,36	1.657
Ehemalige Vorstandsmitglieder							
Ingo Wilts, Ordentliches Vorstandsmitglied von 15. August 2016 bis 28. Februar 2022	730	41,14	17.745	159 %	28.164	61,36	1.728
Summe	1.430		34.761		55.171		3.385

Die amtierenden Vorstandsmitglieder Daniel Grieder und Oliver Timm erhalten keine Zahlungen aus dem LTI 2020–2023, da sie im Geschäftsjahr 2020 nicht dem Vorstand der HUGO BOSS AG angehört haben.

Dem ehemaligen Vorstandsmitglied Dr. Heiko Schäfer wurden im Rahmen der Trennungsvereinbarung vom Mai 2022 Zahlungen für die anteilig verdienten Tranchen des LTI 2020–2023, LTI 2021–2024 und LTI 2022–2025 in Höhe von insgesamt 1.357 TEUR zugesagt, die im September 2022 fällig wurden.

Dem ehemaligen Vorstandsvorsitzenden Mark Langer wurden im Rahmen der Trennungsvereinbarung vom April 2020 Zahlungen für die anteilig verdienten Tranchen des LTI 2019–2022 und LTI 2020–2023 in Höhe von insgesamt 993 TEUR zugesagt, die im März 2022 fällig wurden.

Dem ehemaligen Vorstandsmitglied Bernd Hake wurden im Rahmen der Trennungsvereinbarung vom September 2019 in Übereinstimmung mit dem Dienstvertrag und dem vereinbarten Abfindungs-Cap Zahlungen für die anteilig verdienten Tranchen des LTI 2018–2021, LTI 2019–2022 und LTI 2020–2023 in Höhe von insgesamt 664 TEUR zugesagt, die im Februar 2020 fällig wurden.

Gesamtzahl ausstehender virtueller Aktien am Ende des Geschäftsjahres 2023

Die folgende Übersicht zeigt die von den amtierenden Mitgliedern des Vorstands insgesamt zum Ende des Geschäftsjahres 2023 gehaltenen **virtuellen Aktien (Initial Grant)**:

GESAMTZAHL VIRTUELLER AKTIEN (INITIAL GRANT) AM ENDE DES GESCHÄFTSJAHRES 2023 (IN STÜCK)

	LTI 2023–2026	LTI 2022–2025	LTI 2021–2024	LTI 2020–2023	Bestand am Ende des Geschäfts- jahres 2023
Daniel Grieder, Vorstandsvorsitzender seit 1. Juni 2021	47.857	44.627	57.004	0	149.488
Yves Müller, Ordentliches Vorstandsmitglied seit 1. Dezember 2017	19.941	17.433	30.538	17.016	84.928
Oliver Timm, Ordentliches Vorstandsmitglied seit 1. Januar 2021	19.941	18.595	40.717	0	79.253
Summe	87.739	80.655	128.259	17.016	313.669

Ausblick auf die finanziellen und nichtfinanziellen Leistungskriterien der LTI-Tranche 2024–2027

Der Aufsichtsrat ist der Überzeugung, dass die vier oben beschriebenen Zielkomponenten die **nachhaltige und langfristige Entwicklung des Unternehmens** fördern. Aus diesem Grund gelten die vier Zielkomponenten auch für die im Geschäftsjahr 2024 aufzulegende LTI-Tranche 2024–2027.

Außerordentliche Vergütung (Sign-On, Zulagen)

Das Vergütungssystem sieht keine Möglichkeit von Sonderzahlungen für besondere Leistungen vor, die im Ermessen des Aufsichtsrats gewährt werden können. In besonderen Situationen kann es jedoch erforderlich sein, weitere außerordentliche Vergütungselemente auf zeitlich begrenzter Basis zu gewähren. Hierbei handelt es sich um Einmalzahlungen an neu eintretende Vorstandsmitglieder etwa zum Ausgleich des Verlusts variabler Vergütung von ehemaligen Arbeitgebern (**Sign-On**). Ebenso ist es dem Aufsichtsrat möglich, einem Vorstandsmitglied bei der Übernahme zusätzlicher Verantwortung auf Interimbasis, diese zeitlich begrenzten erhöhten Pflichten zu vergüten (**Zulage**). Jegliche außerordentliche Vergütung ist in ihrer Höhe begrenzt, da diese unter die Maximalvergütung gemäß § 87a Abs. 1 Satz 2 Nr. 1 AktG fällt.

Der Aufsichtsrat hatte bei Abschluss des entsprechenden Dienstvertrags im Jahr 2020 beschlossen, Oliver Timm, der dem Vorstand der HUGO BOSS AG seit dem 1. Januar 2021 angehört, eine **Einmalzahlung (Sign-On)** in Höhe von 500 TEUR zu gewähren. Diese dient dem teilweisen **Ausgleich des Verlusts variabler Vergütungsbestandteile** (Restricted Stock Units) seines ehemaligen Arbeitgebers. Teilbeträge in Höhe von 300 TEUR, 100 TEUR und 100 TEUR wurden in den Geschäftsjahren 2021, 2022 und 2023 ausbezahlt.

Malus- und Clawback-Regelungen

Gemäß dem aktuellen Vergütungssystem sollen die Dienstverträge der Vorstandsmitglieder von HUGO BOSS sogenannte Malus- und Clawback-Regelungen enthalten, die es dem Aufsichtsrat ermöglichen, unter bestimmten Voraussetzungen noch **nicht ausbezahlte variable Vergütungskomponenten zu reduzieren (Malus)** oder **bereits ausbezahlte variable Vergütungskomponenten zurückzufordern (Clawback)**. Dem Aufsichtsrat ist es demnach nach billigem Ermessen möglich, einen Teil oder die gesamte variable Vergütung einzubehalten oder zurückzufordern, sofern ein Verstoß des Vorstandsmitglieds gegen eine wesentliche

Sorgfaltspflicht im Sinne des § 93 AktG, eine wesentliche dienstvertragliche Pflicht oder im Verhaltenskodex niedergelegte wesentliche Regeln und Handlungsgrundsätze der Gesellschaft vorliegt (Compliance-Malus und Compliance-Clawback). Zudem ist der Aufsichtsrat berechtigt, eine bereits ausbezahlte variable Vergütung zurückzuverlangen, sollte sich nach der Auszahlung herausstellen, dass der geprüfte und gebilligte Konzernabschluss, auf dem die Berechnung des Auszahlungsbetrags beruhte, fehlerhaft war und daher gemäß den maßgeblichen Rechnungslegungsvorschriften korrigiert werden musste (Performance-Clawback).

Im Geschäftsjahr 2023 hat der Aufsichtsrat von der Möglichkeit, variable Vergütungsbestandteile zu reduzieren beziehungsweise zurückzufordern, **keinen Gebrauch** gemacht.

Aktienhaltevorschriften (Share Ownership Guidelines)

Die Share Ownership Guidelines (SOG) sind ein wesentlicher Bestandteil des Vergütungssystems des Vorstands. Zum weiteren Angleich der Interessen von Vorstand und Aktionären sollen die SOG die Vorstände zum **Kaufen und Halten von Aktien der HUGO BOSS AG** verpflichten. Die Höhe der Aktienhalteverpflichtung (SOG-Ziel) bemisst sich anhand der individuellen Brutto-Grundvergütung des jeweiligen Vorstandsmitglieds. Dabei muss der Vorstandsvorsitzende das Zweifache und alle weiteren, ordentlichen Vorstandsmitglieder das Einfache ihrer jährlichen Brutto-Grundvergütung investieren und über die gesamte Dauer ihrer Vorstandstätigkeit halten.

Die erforderliche Anzahl der Aktien muss innerhalb von fünf Jahren ab Geltung der SOG für das jeweilige Vorstandsmitglied gehalten werden, wobei der **erforderliche Aktienbestand** linear aufzubauen ist und jährlich durch den Group General Counsel überprüft wird. Eine Überschreitung des jährlichen Mindestbestands ist jederzeit möglich. Sowohl beim Kauf als auch beim Verkauf der Aktien sind die Regeln und Fristen der Marktmissbrauchsverordnung zu beachten.

Nach dem Vergütungssystem wird die **Anzahl der zu haltenden Aktien** auf Basis des durchschnittlichen Schlusskurses der HUGO BOSS Aktie im Xetra-Handel der Deutschen Börse im Monat vor der Bestellung des jeweiligen Vorstandsmitglieds beziehungsweise vor der jeweils letzten Anpassung des Grundgehalts des Vorstandsmitglieds ermittelt.

Die Vorstandsmitglieder sind berechtigt, vorhandene **Bestandsaktien** einzubringen. Folgende Tabelle stellt den Aktienbesitz der amtierenden Mitglieder des Vorstands zum 31. Dezember 2023 dar:

VON MITGLIEDERN DES VORSTANDS DIREKT GEHALTENE AKTIEN

	Vor Beginn der Vorstandstätigkeit erworbene, eingebrachte Bestandsaktien	Während der Vorstandstätigkeit erworbene Aktien	Anzahl Aktien am 31. Dezember 2023	XETRA- Schlusskurs am 29. Dezember 2023	Gesamtwert der Aktien am 31. Dezember 2023 (in TEUR)
Daniel Grieder, Vorstandsvorsitzender seit 1. Juni 2021	40.000	59.000	99.000	67,46	6.679
Yves Müller, Ordentliches Vorstandsmitglied seit 1. Dezember 2017	0	19.000	19.000	67,46	1.282
Oliver Timm, Ordentliches Vorstandsmitglied seit 1. Januar 2021	1.333	16.500	17.833	67,46	1.203
Summe	41.333	94.500	135.833	67,46	9.163

Für **Daniel Grieder** gelten die SOG zum 31. Dezember 2023 nicht, da sein Dienstvertrag vor der Einführung des aktuellen Vergütungssystems durch Beschluss der Hauptversammlung 2021 abgeschlossen wurde. Die SOG kommen zur Anwendung, sobald der jeweilige Dienstvertrag entweder verlängert oder geändert wird. Ungeachtet dessen hat Daniel Grieder die Anforderungen der SOG in Bezug auf den Gesamtzeitraum von fünf Jahren bereits übertroffen. Für Oliver Timm gelten die SOG seit der Verlängerung seines Dienstvertrages im März 2023. Zum 31. Dezember 2023 hat **Oliver Timm** die Anforderungen der SOG bereits übertroffen, sowohl in Bezug auf die erstmals im März 2024 anstehende Überprüfung als auch in Bezug auf die Gesamtdauer von fünf Jahren. Für **Yves Müller** gelten die SOG seit der Verlängerung seines Dienstvertrages im März 2022. Zum 31. Dezember 2023 hat Yves Müller die Anforderungen der SOG übertroffen, sowohl in Bezug auf die Überprüfung im März 2023 als auch in Bezug auf die Gesamtdauer von fünf Jahren.

Maximalvergütung

HÖCHSTGRENZEN DER VERGÜTUNG (BEGRENZUNG DER VARIABLEN VERGÜTUNG UND MAXIMALVERGÜTUNG)

Vergütungsbestandteil	Cap
Kurzfristige variable Vergütung	150 % des Zielbetrags
Langfristige variable Vergütung	250 % des Zielbetrags
Maximalvergütung	Vorstandsvorsitzender: 11.000.000 EUR Ordentliches Vorstandsmitglied: 5.500.000 EUR

Die Vergütung der Vorstandsmitglieder ist in zweierlei Hinsicht begrenzt. Zum einen sind für die **erfolgsabhängigen Bestandteile jeweils Höchstgrenzen festgelegt**, die sich für den STI auf 150 % und für den LTI auf 250 % des Zielbetrags belaufen. Diese Höchstgrenzen wurden in Bezug auf die im Geschäftsjahr 2023 gewährten und geschuldeten erfolgsabhängigen Vergütungen in allen Fällen eingehalten, wie der folgenden Tabelle zu entnehmen ist:

Einhaltung der Maximalvergütungen bei der im Geschäftsjahr 2023 gewährten und geschuldeten erfolgsabhängigen Vergütung des Vorstands

		Daniel Grieder Vorstandsvorsitzender (seit 1. Juni 2021)			Yves Müller Ordentliches Vorstandsmitglied (seit 1. Dezember 2017)			Oliver Timm Ordentliches Vorstandsmitglied (seit 1. Januar 2021)		
in TEUR		Zielver- gütung	Max.	Aus- zahlung	Zielver- gütung	Max.	Aus- zahlung	Zielver- gütung	Max.	Aus- zahlung
Kurzfristige variable Vergütung	STI 2023	1.500	2.250	1.575	650	975	683	650	975	683
Langfristige variable Vergütung	LTI 2020–2023	0	0	0	700	1.750	1.657	0	0	0
Summe		1.500	2.250	1.575	1.350	2.725	2.340	650	975	683

		Dr. Heiko Schäfer Ordentliches Vorstandsmitglied (von 16. März 2020 bis 31. Mai 2022)			Ingo Wilts Ordentliches Vorstandsmitglied (von 15. August 2016 bis 28. Februar 2022)		
in TEUR		Zielver- gütung	Max.	Aus- zahlung	Zielver- gütung	Max.	Aus- zahlung
Kurzfristige variable Vergütung	STI 2023	104	n.a.	102	0	0	0
Langfristige variable Vergütung	LTI 2020–2023	534	n.a.	622	730	1.825	1.728
Summe		638	n.a.	724	730	1.825	1.728

Darüber hinaus hat der Aufsichtsrat gemäß § 87a Abs. 1 Satz 2 Nr. 1 AktG eine **Maximalvergütung** festgelegt, die den tatsächlich zufließenden Gesamtbetrag der für ein bestimmtes Geschäftsjahr gewährten Vergütung bestehend aus Grundvergütung, Nebenleistungen, Aufwand für die Versorgungszusage, etwaiger außerordentlicher Vergütung sowie kurzfristiger variabler und langfristiger variabler Vergütung, beschränkt. Diese Maximalvergütung kann stets erst rückwirkend überprüft werden, wenn die Auszahlung aus der für das jeweilige Geschäftsjahr aufgelegten LTI-Tranche getätigt ist.

Die für das Geschäftsjahr 2023 **gültige Maximalvergütung** beträgt 11.000 TEUR für den Vorstandsvorsitzenden und 5.500 TEUR für die ordentlichen Vorstandsmitglieder. Über die Einhaltung der Maximalvergütung für das Geschäftsjahr 2023 kann erst im Vergütungsbericht für das Geschäftsjahr 2026 berichtet werden, da der endgültige Zahlungsbetrag aus der LTI-Tranche 2023–2026 von der Kursentwicklung der HUGO BOSS Aktie im vierten Quartal des Jahres 2026 abhängt.

Vergütungsbezogene Rechtsgeschäfte

Regelungen für die Beendigung der Vorstandstätigkeit

Für den Fall der vorzeitigen Beendigung des Dienstvertrags (ohne dass ein wichtiger Grund für die Kündigung des Dienstvertrags durch die Gesellschaft vorliegt) hat das jeweilige Vorstandsmitglied einen Anspruch auf eine **Abfindung**, wobei diese in jedem Fall auf die Höhe der Gesamtbezüge einschließlich Nebenleistungen auf einen Zeitraum von 24 Monaten begrenzt ist, jedoch nicht mehr als die Restlaufzeit des Dienstvertrags vergütet („Abfindungs-Cap“). In den aktuellen Vorstandsverträgen variiert der Zeitraum für die Berechnung der Abfindung, überschreitet jedoch nicht 24 Monate. Bei Vertragsverlängerungen wird auch die Abfindungsregelung für alle Vorstandsmitglieder vereinheitlicht. Die Höhe der Gesamtbezüge bestimmt sich für diese Zwecke nach der Gesamtvergütung, die für das letzte volle Geschäftsjahr bezogen wurde, und gegebenenfalls nach der voraussichtlichen Gesamtvergütung für das laufende Geschäftsjahr. Im Falle der Beendigung eines Vorstandsvertrags erfolgt die Auszahlung noch offener variabler Vergütungsbestandteile nach den ursprünglich vereinbarten Zielen und Vergleichsparametern und nach den im Vertrag festgelegten Fälligkeitszeitpunkten oder Haltedauern.

Für den Fall der vorzeitigen Beendigung des Dienstvertrags aus einem von dem jeweiligen Vorstandsmitglied zu vertretenden wichtigen Grund sehen die Dienstverträge keine Abfindungszahlung vor. Für den Fall der regulären Beendigung enthalten die Dienstverträge keine Abfindungsregelung.

Die Dienstverträge sehen kein außerordentliches Kündigungsrecht bei einem „**Change of Control**“ (Erwerb von mehr als 30% der Stimmrechte an der HUGO BOSS AG) vor. Dies gilt auch für Neubestellungen oder Vertragsverlängerungen. Im Übrigen bestehen keine Entschädigungsvereinbarungen.

Nachvertragliches Wettbewerbsverbot

Für die Vorstandsmitglieder ist ein **nachvertragliches Wettbewerbsverbot** vereinbart. Für einen Zeitraum von zwölf Monaten nach Beendigung des Dienstvertrags sind diese Vorstandsmitglieder nicht berechtigt, direkt oder indirekt für ein anderes Unternehmen im Bereich Premium- bzw. Luxusmode und/oder -Accessoires tätig zu sein oder ein solches Unternehmen zu gründen oder daran beteiligt zu sein, wobei dieses nachvertragliche Wettbewerbsverbot für die Länder gilt, in denen HUGO BOSS und mit HUGO BOSS verbundene Unternehmen im Sinne der §§ 15 ff. AktG zum Zeitpunkt der Beendigung des Dienstvertrags tätig sind.

HUGO BOSS ist verpflichtet, dem Vorstandsmitglied als Ausgleich während der Dauer dieses nachvertraglichen Wettbewerbsverbots monatlich einen Betrag in Höhe von einem Vierundzwanzigstel der jährlichen Zielvergütung (Grundvergütung sowie STI und LTI mit einer jeweiligen Zielerreichung von 100 %) zu zahlen.

Bei Neubestellungen oder Vertragsverlängerungen werden die Regelungen vereinheitlicht und eine Anrechnung etwaiger Abfindungszahlungen auf die Zahlung für das nachvertragliche Wettbewerbsverbot (Karenzentschädigung) vereinbart.

Individualisierte Offenlegung der Vergütung des Vorstands

Im Geschäftsjahr 2023 gewährte und geschuldete Vergütung der amtierenden Vorstandsmitglieder nach § 162 AktG

Die folgende Tabelle stellt die den **amtierenden Mitgliedern des Vorstands** (aktiv zum 31. Dezember 2023) im abgelaufenen Geschäftsjahr gewährten und geschuldeten erfolgsunabhängigen und erfolgsabhängigen Vergütungsbestandteile einschließlich des jeweiligen relativen Anteils nach § 162 AktG dar. Es handelt sich dabei um die im Geschäftsjahr ausbezahlte Grundvergütung, die im Geschäftsjahr angefallenen Nebenleistungen, das im Geschäftsjahr ausbezahlte Versorgungsentgelt, den im Geschäftsjahr 2023 gewährten STI 2023 (Auszahlung im Geschäftsjahr 2024), den im Geschäftsjahr 2023 gewährten LTI 2020–2023 (Auszahlung im Geschäftsjahr 2024), sowie etwaige Sondervergütungen.

GEWÄHRTE UND GESCHULDETE VERGÜTUNG

		Daniel Grieder Vorstandsvorsitzender (seit 1. Juni 2021)				Yves Müller Ordentliches Vorstandsmitglied (seit 1. Dezember 2017) Sprecher des Vorstands (von 16. Juli 2020 bis 31. Mai 2021)			
		2023		2022		2023		2022	
		in TEUR	in %	in TEUR	in %	in TEUR	in %	in TEUR	in %
Erfolgsunabhängige Vergütung	Grundvergütung	1.300	43	1.300	35	750	24	750	35
	Nebenleistungen	132	4	132	4	22	1	20	1
	Versorgungs- entgelt	0	0	0	0	0	0	0	0
Summe		1.432	48	1.432	39	772	25	770	36
Kurzfristige variable Vergütung	STI 2023	1.575	52	0	0	683	22	0	0
	STI 2022	0	0	2.250	61	0	0	919	43
Langfristige variable Vergütung	LTI 2020–2023	0	0	0	0	1.657	53	0	0
	LTI 2019–2022	0	0	0	0	0	0	466	22
Summe		1.575	52	2.250	61	2.340	75	1.385	64
Sonstiges	Sondervergütung	0	0	0	0	0	0	0	0
Gesamtvergütung		3.007	100	3.682	100	3.111	100	2.154	100

Oliver Timm
Ordentliches Vorstandsmitglied
(seit 1. Januar 2021)

		2023		2022	
		in TEUR	in %	in TEUR	in %
Erfolgsunabhängige Vergütung	Grundvergütung	750	48	750	41
	Nebenleistungen	15	1	15	1
	Versorgungs- entgelt	0	0	0	0
Summe		765	49	765	42
Kurzfristige variable Vergütung	STI 2023	683	44	0	0
	STI 2022	0	0	975	53
Langfristige variable Vergütung	LTI 2020–2023	0	0	0	0
	LTI 2019–2022	0	0	0	0
Summe		683	44	975	53
Sonstiges	Sondervergütung	100	6	100	5
Gesamtvergütung		1.548	100	1.840	100

Im Geschäftsjahr 2023 gewährte und geschuldete Vergütung der früheren Vorstandsmitglieder

Die folgende Tabelle enthält die den **früheren Vorstandsmitgliedern**, die ihre Tätigkeit innerhalb der letzten zehn Geschäftsjahre beendet haben, im abgelaufenen Geschäftsjahr gewährten und geschuldeten erfolgsunabhängigen und erfolgsabhängigen Vergütungsbestandteile einschließlich des jeweiligen relativen Anteils nach § 162 AktG:

GEWÄHRTE UND GESCHULDETE VERGÜTUNG

		Dr. Heiko Schäfer Ordentliches Vorstandsmitglied (von 16. März 2020 bis 31. Mai 2022)				Ingo Wiltz Ordentliches Vorstandsmitglied (von 15. August 2016 bis 28. Februar 2022)			
		2023		2022		2023		2022	
		in TEUR	in %	in TEUR	in %	in TEUR	in %	in TEUR	in %
Erfolgsunabhängige Vergütung	Grundvergütung	0	0	725	59	0	0	750	38
	Nebenleistungen	0	0	11	1	0	0	10	1
	Versorgungs- entgelt	0	0	0	0	0	0	0	0
Summe		0	0	736	60	0	0	760	38
Kurzfristige variable Vergütung	STI 2023	102	14	0	0	0	0	0	0
	STI 2022	0	0	490	40	0	0	750	38
Langfristige variable Vergütung	LTI 2020–2023 ¹	622	86	0	0	1.728	100	0	0
	LTI 2019–2022 ¹	0	0	0	0	0	0	473	24
Summe		724	100	490	40	1.728	100	1.223	62
Sonstiges	Bezug Altersversorgung	0	0	0	0	0	0	0	0
	Auszahlung DC ²	0	0	0	0	0	0	0	0
Gesamtvergütung		724	100	1.226	100	1.728	100	1.983	100

Mark Langer
Vorstandsvorsitzender
(von 19. Mai 2016 bis 15. Juli 2020)
Ordentliches Vorstandsmitglied
(von 15. Januar 2010 bis 18. Mai 2016)

		2023		2022	
		in TEUR	in %	in TEUR	in %
Erfolgsunabhängige Vergütung	Grundvergütung	0	0	0	0
	Nebenleistungen	0	0	0	0
	Versorgungs- entgelt	0	0	0	0
Summe		0	0	0	0
Kurzfristige variable Vergütung	STI 2023	0	0	0	0
	STI 2022	0	0	0	0
Langfristige variable Vergütung	LTI 2020–2023 ³	464	100	0	0
	LTI 2019–2022 ³	0	0	529	100
Summe		464	100	529	100
Sonstiges	Bezug Altersversorgung	0	0	0	0
	Auszahlung DC ²	0	0	0	0
Gesamtvergütung		464	100	529	100

¹ Dem ehemaligen Vorstandsmitglied Dr. Heiko Schäfer wurden im Rahmen der Trennungsvereinbarung vom Mai 2022 Zahlungen für die anteilig erdienten Tranchen des LTI 2020–2023, LTI 2021–2024 und LTI 2022–2025 in Höhe von insgesamt 1.357 TEUR zugesagt, die im September 2022 fällig wurden.

² Deferred Compensation: Durch Entgeltumwandlung zusätzlich erworbene Versorgungsbezüge.

³ Dem ehemaligen Vorstandsvorsitzenden Mark Langer wurden im Rahmen der Trennungsvereinbarung vom April 2020 Zahlungen für die anteilig erdienten Tranchen des LTI 2019–2022 und LTI 2020–2023 in Höhe von insgesamt 993 TEUR zugesagt, die im März 2022 fällig wurden.

Den früheren Vorstandsmitgliedern Bernd Hake (ordentliches Vorstandsmitglied vom 1. März 2016 bis 2. Juli 2019), Claus-Dietrich Lahrs (Vorstandsvorsitzender vom 1. August 2008 bis 29. Februar 2016) und Christoph Auhagen (ordentliches Vorstandsmitglied vom 1. Dezember 2009 bis 22. April 2016) wurden im Geschäftsjahr 2023 wie auch im Geschäftsjahr 2022 keine erfolgsunabhängigen oder erfolgsabhängigen Vergütungsbestandteile gewährt und geschuldet.

Zielvergütung und Ist-Vergütung der amtierenden Vorstandsmitglieder für das Geschäftsjahr 2023

Die folgende Tabelle stellt die jeweilige **Zielvergütung** der amtierenden Vorstandsmitglieder (aktiv zum 31. Dezember 2023) für das Geschäftsjahr 2023 dar. Diese umfasst die für das Geschäftsjahr zugesagte Zielvergütung, die im Falle einer Zielerreichung von 100 % gewährt wird, ergänzt um die Angaben der individuell erreichbaren Minimal- und Maximalvergütungen. Darüber hinaus wird zusätzlich als Ist-Vergütung der Zufluss für das Geschäftsjahr gemäß DCGK angegeben. Diese **Ist-Vergütung** umfasst die im Geschäftsjahr ausbezahlte Festvergütung, die im Geschäftsjahr angefallenen Nebenleistungen, das für das Geschäftsjahr geschuldete Versorgungsentgelt, die im März 2024 fällige Auszahlung aus dem STI 2023 und die im März 2024 fällige Auszahlung aus dem LTI 2020–2023. Für die laufenden Altersversorgungszusagen wird zusätzlich der für das Geschäftsjahr angefallene Versorgungsaufwand nach IFRS berücksichtigt.

ZIELVERGÜTUNG UND ZUFLUSS NACH DCGK IM GESCHÄFTSJAHR 2023

		Daniel Grieder Vorstandsvorsitzender (seit 1. Juni 2021)				Yves Müller Ordentliches Vorstandsmitglied (seit 1. Dezember 2017)			
(in TEUR)		Ziel- vergütung	Minimal- vergütung	Maximal- vergütung	Zufluss	Ziel- vergütung	Minimal- vergütung	Maximal- vergütung	Zufluss
Erfolgsunabhängige Vergütung	Grundvergütung 2023	1.300	1.300	1.300	1.300	750	750	750	750
	Nebenleistungen 2023	132	132	132	132	22	22	22	22
	Versorgungs- entgelt 2023	0	0	0	0	0	0	0	0
Summe		1.432	1.432	1.432	1.432	772	772	772	772
Kurzfristige variable Vergütung	STI 2023	1.500	0	2.250	1.575	650	0	975	683
Langfristige variable Vergütung	LTI 2023–2026	2.400	0	6.000	–	1.000	0	2.500	–
	LTI 2020–2023	–	–	–	0	–	–	–	1.657
Summe		3.900	0	8.250	1.575	1.650	0	3.475	2.340
Altersversorgung	Versorgungs- aufwand 2023	520	520	520	520	300	300	300	300
Sonstiges	Sondervergütung 2023	0	0	0	0	0	0	0	0
Gesamtvergütung		5.852	1.952	10.202	3.527	2.722	1.072	4.547	3.411

		Oliver Timm Ordentliches Vorstandsmitglied (seit 1. Januar 2021)			
(in TEUR)		Ziel- vergütung	Minimal- vergütung	Maximal- vergütung	Zufluss
Erfolgsunabhängige Vergütung	Grundvergütung 2023	750	750	750	750
	Nebenleistungen 2023	15	15	15	15
	Versorgungs- entgelt 2023	0	0	0	0
Summe		765	765	765	765
Kurzfristige variable Vergütung	STI 2023	650	0	975	683
Langfristige variable Vergütung	LTI 2023–2026	1.000	0	2.500	–
	LTI 2020–2023	–	–	–	0
Summe		1.650	0	3.475	683
Altersversorgung	Versorgungs- aufwand 2023	300	300	300	300
Sonstiges	Sondervergütung 2023	100	100	100	100
Gesamtvergütung		2.815	1.165	4.640	1.848

Vergütung der Mitglieder des Aufsichtsrats im Geschäftsjahr 2023

Grundlagen des Vergütungssystems für den Aufsichtsrat

Die von der Hauptversammlung festgelegte **Vergütung der Aufsichtsratsmitglieder** ist in § 12 der Satzung der HUGO BOSS AG geregelt und gibt sowohl den abstrakten als auch den konkreten Rahmen für die Vergütung der Aufsichtsratsmitglieder vor. Dadurch ist gewährleistet, dass die Vergütung der Aufsichtsratsmitglieder stets dem von der Hauptversammlung am 27. Mai 2020 beschlossenen und mit Wirkung zum 30. Juli 2020 angepassten Vergütungssystem entspricht.

Die Vergütung der Aufsichtsratsmitglieder beinhaltet **ausschließlich fixe Bestandteile**. Dabei setzt sich die Vergütung aus zwei Komponenten zusammen: einer Festvergütung, abhängig von der Position des jeweiligen Aufsichtsratsmitglieds, sowie einer zusätzlichen Vergütung für die jeweilige Ausschusstätigkeit. Die Vergütungsregelung berücksichtigt damit auch die Vorgaben des DCGK.

Ausgestaltung und Anwendung des Vergütungssystems des Aufsichtsrats im Geschäftsjahr 2023

Jedes ordentliche Mitglied des Aufsichtsrats enthält eine **jährliche Festvergütung** in Höhe von 80 TEUR (Grundbetrag). Der Vorsitzende erhält das 2,5-Fache (200 TEUR) und der stellvertretende Vorsitzende das 1,75-Fache (140 TEUR) dieses Grundbetrags.

Darüber hinaus wird die **Mitgliedschaft im Arbeitsausschuss, im Prüfungsausschuss sowie im Personal-ausschuss** mit zusätzlich je 30 TEUR, der Vorsitz in einem dieser Ausschüsse mit zusätzlich je 60 TEUR vergütet. Die Mitgliedschaft im Nominierungsausschuss wird mit zusätzlich 20 TEUR vergütet. Für den Vorsitz und die Mitgliedschaft im Vermittlungsausschuss wird keine Vergütung gewährt. Maximal werden lediglich die drei höchstdotierten Ämter in den Ausschüssen zusätzlich vergütet. Diese Regelung führt zur Festsetzung einer individuellen **Maximalvergütung** für jedes einzelne Mitglied des Aufsichtsrats entsprechend den von dem jeweiligen Mitglied bekleideten Positionen in den Ausschüssen.

VERGÜTUNG FÜR AUFSICHTSRATSTÄTIGKEIT UND AUSSCHUSSTÄTIGKEIT

Vergütung für Aufsichtsrats­stätigkeit		
Vorsitzender	Stellvertre­ter­der Vor­sit­zender	Ordentliches Mit­glied
200.000 EUR 2,5-Fache des Grundbetrags	140.000 EUR 1,75-Fache des Grundbetrags	80.000 EUR Grundbetrag

Vergütung für Ausschus­stätigkeit			
Arbeitsausschuss	Prüfungsausschuss	Personalausschuss	Nominierungsausschuss
Vorsitzender 60.000 EUR	Vorsitzender 60.000 EUR	Vorsitzender 60.000 EUR	Vorsitzender –
Ordentliches Mit­glied 30.000 EUR	Ordentliches Mit­glied 30.000 EUR	Ordentliches Mit­glied 30.000 EUR	Ordentliches Mit­glied 20.000 EUR

Über die zuvor beschriebene Vergütung hinaus wird **keine weitere Vergütung** gewährt. Das geltende System sieht folglich weder einen variablen Vergütungsbestandteil noch Sitzungsgelder vor.

Die Vergütung wird nach der Hauptversammlung, die über die Entlastung des Aufsichtsrats für das jeweilige abgelaufene Geschäftsjahr entscheidet, **ausgezahlt**. Mitglieder des Aufsichtsrats, die nur während eines Teils des Geschäftsjahres dem Aufsichtsrat oder einem Ausschuss angehört haben, erhalten für jeden angefangenen Monat ihrer Tätigkeit eine zeitanteilige Vergütung. Mitgliedern des Aufsichtsrats werden Auslagen, die im Zusammenhang mit der Ausübung des Mandats entstehen, erstattet. Eine etwaige Umsatzsteuer wird von der Gesellschaft vergütet, soweit die Mitglieder des Aufsichtsrats berechtigt sind, die Umsatzsteuer der Gesellschaft gesondert in Rechnung zu stellen, und dieses Recht ausüben.

Im Geschäftsjahr 2023 wurde das Vergütungssystem für den Aufsichtsrat in allen Aspekten wie in § 12 der Satzung der Gesellschaft geregelt angewendet. Die Mitglieder des Aufsichtsrats haben im Geschäftsjahr 2023 **keine weiteren Vergütungen bzw. Vorteile** für persönlich erbrachte Leistungen, insbesondere Beratungs- und Vermittlungsleistungen, erhalten. Den Aufsichtsratsmitgliedern wurden darüber hinaus weder Kredite noch Vorschüsse gewährt noch wurden zu ihren Gunsten Haftungsverhältnisse eingegangen.

Individualisierte Offenlegung der Vergütung des Aufsichtsrats

Die folgende Tabelle stellt die **den amtierenden und früheren Aufsichtsratsmitgliedern im abgelaufenen Geschäftsjahr gewährten und geschuldeten festen und variablen Vergütungsbestandteile** einschließlich des jeweiligen relativen Anteils nach § 162 AktG dar. Gemäß § 12 der Satzung der Gesellschaft ist die Aufsichtsratsvergütung insgesamt nach der Hauptversammlung, die über die Entlastung des Aufsichtsrats für das jeweils abgelaufene Geschäftsjahr entscheidet, fällig. Im Ausweis für das Geschäftsjahr 2023 handelt es sich um die für die Aufsichtsratstätigkeit im Geschäftsjahr 2023 gewährte Festvergütung (Auszahlung im Geschäftsjahr 2024) und die gewährte Vergütung für Ausschussmitgliedschaften im Geschäftsjahr 2023 (Auszahlung im Geschäftsjahr 2024).

GEWÄHRTE UND GESCHULDETE VERGÜTUNG

		Festvergütung (Grundbetrag)		Vergütung für Ausschusstätigkeit		Gesamtvergütung	
		2023	2022	2023	2022	2023	2022
Amtierende Aufsichtsratsmitglieder							
Hermann Waldemer Vorsitzender	in TEUR	200	200	150	150	350	350
	in %	57	57	43	43	100	100
Sinan Piskin Stellvertretender Vorsitzender	in TEUR	140	140	90	90	230	230
	in %	61	61	39	39	100	100
Iris Epple-Righi	in TEUR	80	80	30	30	110	110
	in %	73	73	27	27	100	100
Andreas Flach (seit 9. Mai 2023 ¹)	in TEUR	52	–	19	–	71	–
	in %	73	–	27	–	100	–
Katharina Herzog	in TEUR	80	80	30	30	110	110
	in %	73	73	27	27	100	100
Daniela Liburdi (seit 9. Mai 2023 ¹)	in TEUR	52	–	19	–	71	–
	in %	73	–	27	–	100	–
Gaetano Marzotto	in TEUR	80	80	50	50	130	130
	in %	62	62	38	38	100	100
Luca Marzotto	in TEUR	80	80	60	60	140	140
	in %	57	57	43	43	100	100
Tanja Silvana Nitschke	in TEUR	80	80	30	30	110	110
	in %	73	73	27	27	100	100
Christina Rosenberg	in TEUR	80	80	30	30	110	110
	in %	73	73	27	27	100	100
Bernd Simbeck	in TEUR	80	80	60	60	140	140
	in %	57	57	43	43	100	100
Robin J. Stalker	in TEUR	80	80	60	60	140	140
	in %	57	57	43	43	100	100
Ehemalige Aufsichtsratsmitglieder							
Anita Kessel (bis 9. Mai 2023 ¹)	in TEUR	28	80	11	30	39	110
	in %	73	73	27	27	100	100
Martin Sambeth (bis 9. Mai 2023 ¹)	in TEUR	28	80	11	30	39	110
	in %	73	73	27	27	100	100

¹ Mit Wirkung zum 9. Mai 2023 schieden die beiden Arbeitnehmervertreter Anita Kessel und Martin Sambeth aus dem Aufsichtsrat aus. Als Nachfolgerin von Anita Kessel trat Daniela Liburdi am 9. Mai 2023 in den Aufsichtsrat ein. Andreas Flach trat am 9. Mai 2023 als Nachfolger von Martin Sambeth in den Aufsichtsrat ein. Gemäß Art. 12 der Satzung der Gesellschaft erhalten alle vier für ihre Tätigkeit im Geschäftsjahr 2023 eine anteilige Vergütung.

Den ehemaligen Aufsichtsratsmitgliedern Kirsten Kistermann-Christophe, Fridolin Klumpp, Michel Perraudin und Axel Salzmann, die allesamt am 27. Mai 2020 aus dem Aufsichtsrat ausgeschieden sind, wurden weder im Geschäftsjahr 2023 noch im Geschäftsjahr 2022 Vergütungen gewährt und geschuldet.

Die Arbeitnehmervertreter, die Mitglied in einer Gewerkschaft sind, haben erklärt, ihre Vergütung nach den Richtlinien des Deutschen Gewerkschaftsbundes an die Hans-Böckler-Stiftung abzuführen.

Vergleichende Darstellung der Vergütungs- und Ertragsentwicklung

Die folgende vergleichende Darstellung stellt die jährliche Veränderung der gewährten und geschuldeten Vergütung der amtierenden und früheren Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder, der **Ertragsentwicklung des Unternehmens** (bezogen auf den Umsatz, das EBIT, das Konzernergebnis und den Jahresüberschuss der HUGO BOSS AG) und der **Vergütung von Arbeitnehmern auf Vollzeitäquivalentbasis** dar, wobei für Letztere auf die durchschnittlichen Löhne und Gehälter der Mitarbeiter von HUGO BOSS konzernweit im jeweiligen Geschäftsjahr abgestellt wird.

VERGLEICHENDE DARSTELLUNG – VORSTANDS- UND AUFSICHTSRATSVERGÜTUNG IM VERGLEICH ZUR BELEGSAFTSVERGÜTUNG UND ERTRAGSENTWICKLUNG

Jährliche Veränderung in %	2023 ggü. 2022	2022 ggü. 2021	2021 ggü. 2020	2020 ggü. 2019	2019 ggü. 2018
Ertragskennzahlen					
Konzernumsatz	15	31	43	–33	3
Operatives Konzernergebnis (EBIT)	22	47	197	–169	–1
Konzernergebnis	22	54	166	–207	–13
Jahresüberschuss HUGO BOSS AG	54	41	163	–191	–14
Belegschaftsvergütung¹					
Belegschaft HUGO BOSS Konzern	–1 ²	14 ³	9	–	–
Vorstandsvergütung					
Amtierende Vorstandsmitglieder zum 31. Dezember 2023					
Daniel Grieder (Vorsitzender seit 06/2021)	–18	81	–	–	–
Yves Müller (seit 12/2017; Sprecher des Vorstands von 07/2020 bis 05/2021)	44	–1	70	7	–27
Oliver Timm (seit 01/2021)	–16	–8	–	–	–
Ehemalige Vorstandsmitglieder					
Dr. Heiko Schäfer (von 03/2020 bis 05/2022)	–49	–15	59	–	–
Ingo Wiltz (von 08/2016 bis 02/2022)	–13	16	36	1	–25
Mark Langer (Vorsitzender von 05/2016 bis 07/2020, Ordentliches Mitglied von 01/2010 bis 05/2016)	–12	–12	24	–46	–27
Bernd Hake (von 03/2016 bis 07/2019)	–	–	–	–48	–81
Christoph Auhagen (von 12/2009 bis 04/2016)	–	–	–	–	–
Claus-Dietrich Lahrs (Vorsitzender von 08/2008 bis 02/2016)	–	–	–	–	–

¹ Gemäß § 26j Abs. 2 Satz 2 EGAktG ist derzeit noch kein Vergleich der durchschnittlichen Vergütung von Arbeitnehmern auf Vollzeitäquivalentbasis über die letzten fünf Geschäftsjahre gemäß § 162 Abs. 1 Satz 2 Nr. 2 AktG in den Vergütungsbericht aufzunehmen.

² Absolut betrachtet blieb die konzernweite Durchschnittsvergütung der Mitarbeiter auf Vollzeitäquivalentbasis im Geschäftsjahr 2023 nahezu stabil und belief sich auf 52 TEUR (2022: 52 TEUR), da Gehaltsanpassungen durch geringere Bonuszahlungen und Währungseffekte weitgehend ausgeglichen wurden.

³ Der Anstieg reflektierte größtenteils Gehaltsanpassungen vor dem Hintergrund der weltweit hohen Inflation, die im Geschäftsjahr 2021 im Zusammenhang mit COVID-19 umgesetzten Maßnahmen zur Reduzierung von Arbeitszeiten und Personalkosten sowie Währungseffekte.

Jährliche Veränderung in %	2023 ggü. 2022	2022 ggü. 2021	2021 ggü. 2020	2020 ggü. 2019	2019 ggü. 2018
Aufsichtsratsvergütung					
Amtierende Aufsichtsratsmitglieder zum 31. Dezember 2023					
Hermann Waldemer (seit 05/2015; Vorsitzender seit 05/2020)	0	0	57	47	-18
Sinan Piskin (seit 11/2008; Stellvertretender Vorsitzender seit 05/2020)	0	0	62	37	-18
Iris Epple-Righi (seit 05/2020)	0	0	99	-	-
Andreas Flach (seit 05/2023)	-	-	-	-	-
Katharina Herzog (seit 05/2020)	0	0	99	-	-
Daniela Liburdi (seit 05/2023)	-	-	-	-	-
Gaetano Marzotto (seit 02/2010)	0	0	80	81	-18
Luca Marzotto (seit 02/2010)	0	0	45	-7	-18
Tanja Silvana Nitschke (seit 05/2015)	0	0	68	64	-18
Christina Rosenberg (seit 05/2020)	0	0	106	-	-
Bernd Simbeck (seit 09/2021)	0	198	-	-	-
Robin J. Stalker (seit 05/2020)	0	0	96	-	-
Ehemalige Aufsichtsratsmitglieder					
Antonio Simina (bis 08/2021, Stellvertretender Vorsitzender bis 05/2020)	-	-	-16	-44	-22
Anita Kessel (bis 05/2023)	-65	0	49	-8	-18
Kirsten Kistermann-Christophe (bis 05/2020)	-	-	-	-75	-18
Fridolin Klumpp (bis 05/2020)	-	-	-	-75	-18
Michel Perraudin (Vorsitzender bis 05/2020)	-	-	-	-72	-15
Axel Salzmann (bis 05/2020)	-	-	-	-75	-18
Martin Sambeth (bis 05/2023)	-65	0	73	59	-18

CEO Investment Opportunity

Während der Beschluss zur Billigung des Vergütungssystems für die Mitglieder des Vorstands auf der Hauptversammlung 2021 mit überwältigender Mehrheit gefasst wurde (Zustimmungsquote: 93,83%), wurde der Vergütungsbericht 2022 von HUGO BOSS auf der Hauptversammlung 2023 mit einer Mehrheit von 66,37% beschlossen. Aufsichtsrat und Vorstand führen dieses Votum in erster Linie auf die Existenz der CEO Investment Opportunity zurück, einer **Vereinbarung, die zwischen Daniel Grieder und der Familie Marzotto getroffen wurde**, bevor Daniel Grieder im Juni 2021 die Funktion des Vorstandsvorsitzenden bei HUGO BOSS übernahm. Gleichzeitig wird dies weder als Kritik an den Grundzügen des Vergütungssystems noch an der Gestaltung des Vergütungsberichts von HUGO BOSS verstanden.

Im Folgenden erläutert HUGO BOSS daher ausführlich die wichtigsten Elemente der CEO Investment Opportunity, die ausdrücklich nicht Bestandteil des Vergütungssystems ist. Der Aufsichtsrat von HUGO BOSS möchte damit die **Transparenz und das Verständnis für die CEO Investment Opportunity im Allgemeinen weiter erhöhen** und darlegen, warum aus seiner Sicht kein Interessenkonflikt mit anderen Aktionären von HUGO BOSS besteht.

Vergütung durch einen Dritten und damit nicht Teil des Vergütungssystems

Zwischen Daniel Grieder und der Familie Marzotto ist vor Daniel Grieders Amtsantritt die CEO Investment Opportunity vereinbart worden, deren Ziel es ist, einen Anreiz für eine deutliche und nachhaltige Kurssteigerung der HUGO BOSS Aktie zu setzen. Als **Vergütung durch einen Dritten** ist die CEO Investment Opportunity explizit **nicht Teil des Vergütungssystems** nach § 87a AktG. Daher ist sie auch nicht in die Maximalvergütung von Daniel Grieder einzubeziehen.

Keine Interessenskonflikte vorhanden

Der Aufsichtsrat hat die Vereinbarung der CEO Investment Opportunity in einer Plenumssitzung am 16. Juni 2020 erörtert und zustimmend zur Kenntnis genommen. Nach Auffassung des Aufsichtsrats bestehen **keine Interessenskonflikte** im Zusammenhang mit der CEO Investment Opportunity, insbesondere nicht im Hinblick auf andere Aktionäre von HUGO BOSS, da diese direkt an die langfristige Aktienkursentwicklung von HUGO BOSS geknüpft ist. Letztlich profitieren alle Aktionäre von HUGO BOSS von einer nachhaltigen Steigerung des Aktienkurses.

Nachhaltiger Anstieg des Aktienkurses erforderlich

Die CEO Investment Opportunity wurde durch die Gründung eines **Investmentvehikels** namens ZPG HOLDING S.à.r.l. ("ZPG") umgesetzt. ZPG hat Mitte 2021 625.000 HUGO BOSS Aktien zu einem durchschnittlichen Aktienkurs von 46,40 EUR erworben und wird diese Aktien bis zum Eintritt eines sogenannten **Liquiditätsereignisses** halten. In diesem Zusammenhang investierte Daniel Grieder insgesamt 1,5 Mio. EUR in Stammaktien der ZPG, der Rest der Investition wurde von der PFC S.r.l. und der Zignago Holding S.P.A., die jeweils von der Familie Marzotto kontrolliert werden, sowie einer Drittfinanzierung durch eine Bank bereitgestellt. Die PFC S.r.l. und die Zignago Holding S.P.A. halten den Rest der Stammaktien sowie bestimmte Vorzugsaktien mit begrenzten wirtschaftlichen Rechten, die den Stammaktien im Rang vorgehen. Liquiditätsereignisse sind die Ausübung einer Call-Option durch ZPG, die Ausübung einer Put-Option durch Daniel Grieder oder der Verkauf der HUGO BOSS Aktien durch ZPG an einen Dritten.

Die **Call-Option** kann seitens ZPG entweder im Falle des Ausscheidens von Daniel Grieder bei HUGO BOSS oder in einem Zeitraum von 120 Tagen nach dem regulären Ablauf seines Dienstvertrages mit HUGO BOSS ausgeübt werden. Wird die Call Option aus einem von Daniel Grieder zu vertretenden Grund ausgeübt (beispielsweise Kündigung durch Daniel Grieder, die nicht auf einem wichtigen Grund beruht), erhält er den niedrigeren Betrag entweder des beizulegenden Zeitwerts (Marktwerts) seiner ZPG-Anteile oder seines ursprünglichen Investments. Wird die Call-Option ausgeübt, ohne dass Daniel Grieder dazu Anlass gegeben hat (beispielsweise Kündigung durch HUGO BOSS ohne wichtigen Grund), erhält er den Marktwert seiner ZPG-Anteile.

Die **Put-Option** kann von Daniel Grieder ausgeübt werden, wenn der durchschnittliche Kurs der HUGO BOSS Aktie innerhalb eines Zeitraums von 120 Tagen bestimmte Schwellenwerte überschreitet. Der für die Ausübung der Put-Option erforderliche Mindestkurs beträgt 75,10 EUR, was einer Steigerung von 62 % gegenüber dem durchschnittlichen Kaufpreis der HUGO BOSS Aktien (46,40 EUR) entspricht. Die Gegenleistung sowohl im Falle einer Ausübung der Put-Option als auch im Falle einer Veräußerung der HUGO BOSS-Aktien durch ZPG an einen Dritten ist der Marktwert der von Daniel Grieder gehaltenen ZPG-Anteile.

Der **Marktwert** der ZPG-Anteile von Daniel Grieder ergibt sich aus der Differenz zwischen dem durchschnittlichen Kaufpreis der HUGO BOSS Aktien (46,40 EUR) und dem durchschnittlichen Kurs der HUGO BOSS Aktien während der letzten 120 Tage vor dem Liquiditätsereignis. Liegt der durchschnittliche Aktienkurs von HUGO BOSS in den 120 Tagen vor dem Liquiditätsereignis zwischen 46,40 EUR und 75,00 EUR, erhält Daniel Grieder den investierten Betrag von 1,5 Mio. EUR zurück; liegt der durchschnittliche Aktienkurs in den 120 Tagen vor dem Liquiditätsereignis unter 46,40 EUR, fällt der Betrag je nach Höhe des durchschnittlichen Aktienkurses entsprechend geringer aus. Liegt der durchschnittliche Aktienkurs in den 120 Tagen vor dem Liquiditätsereignis hingegen bei 75,10 EUR oder höher, erhöht sich der Marktwert der ZPG-Anteile von Daniel Grieder in Abhängigkeit von der Kursentwicklung der HUGO BOSS Aktie. Beispielsweise würde ein durchschnittlicher Aktienkurs von 75,10 EUR zu einem Marktwert von 7,1 Mio. EUR führen, ein durchschnittlicher Aktienkurs von 100,00 EUR zu einem Marktwert von 14,8 Mio. EUR und ein durchschnittlicher Aktienkurs von 126,00 EUR zu einem Marktwert von 23,6 Mio. EUR.

Liquiditätsereignis zum 31. Dezember 2023 nicht eingetreten

Zum Ende des Geschäftsjahres 2023 lag der Kurs der HUGO BOSS Aktie bei 67,46 EUR und damit 25 % über dem des Vorjahres. Diese Entwicklung ist vor allem auf die starke operative Geschäftsentwicklung im Zuge der erfolgreichen Umsetzung der „CLAIM 5“-Strategie des Unternehmens zurückzuführen. Trotz der starken Geschäftsentwicklung ist zum Ende des Geschäftsjahres 2023 kein Liquiditätsereignis eingetreten, da der Aktienkurs zum 31. Dezember 2023 unter dem für die Ausübung der Put-Option erforderlichen Mindestkurs von 75,10 EUR lag. Dies verdeutlicht den **ambitionierten Charakter der CEO Investment Opportunity**, der eine nachhaltige und erfolgreiche langfristige Geschäftsentwicklung voraussetzt, die sich wiederum langfristig positiv auf die Aktienkursentwicklung von HUGO BOSS auswirken sollte. Nach Ansicht des Aufsichtsrats besteht selbst nach Erreichen des Mindestkurses weiterhin ein starker Anreiz, die Put-Option nicht unmittelbar auszuüben, da ihr beizulegender Zeitwert mit einem möglichen Anstieg des Aktienkurses weiter steigt. [> Unsere Aktie](#)

Zusammenfassend ist der Aufsichtsrat von HUGO BOSS davon überzeugt, dass die **CEO Investment Opportunity im Interesse aller Aktionäre** von HUGO BOSS liegt, da sie einen zusätzlichen Anreiz für eine konsequente, erfolgreiche und nachhaltige Umsetzung der „CLAIM 5“-Strategie des Unternehmens bietet und damit zum langfristigen Unternehmenserfolg und einer deutlichen Steigerung des Aktienkurses sowie des Shareholder Value beiträgt.

Metzingen, 6. März 2024

HUGO BOSS AG

Der Vorstand

Der Aufsichtsrat

RECHTLICHE ANGABEN

Rechtliche Angaben
sind Teil des zusammen-
gefassten Lageberichts

Erklärung zur Unter-
nehmensführung auf
Unternehmenswebsite
veröffentlicht

Es existieren Betei-
ligungen am Kapital,
die 10 % der Stimm-
rechte überschreiten

Erklärung zur Unternehmensführung

Die **Erklärung zur Unternehmensführung** (gemäß § 289f und § 315d HGB) als Teil des zusammengefassten Lageberichts ist auf der Unternehmenswebsite unter ezu.hugoboss.com veröffentlicht. Sie ist zudem im Kapitel „Corporate Governance und Erklärung zur Unternehmensführung“ dieses Geschäftsberichts aufgeführt.

Übernahmerechtliche Angaben

Nachfolgend sind die nach §§ 289a, 315a HGB erforderlichen **übernahmerechtlichen Angaben** als Bestandteil des geprüften zusammengefassten Lageberichts aufgeführt und erläutert. Aus Sicht des Vorstands besteht darüber hinaus kein weitergehender Erläuterungsbedarf im Sinne des § 176 Abs. 1 Satz 1 AktG.

Zusammensetzung des gezeichneten Kapitals

Das gezeichnete Kapital der HUGO BOSS AG setzt sich aus 70.400.000 nennwertlosen, auf den Namen lautenden Stammaktien mit einem anteiligen Betrag des Grundkapitals von 1,00 EUR je Stammaktie zusammen. Die Aktien sind voll eingezahlt. Mit allen Aktien sind die gleichen Rechte und Pflichten verbunden. Die Rechte und Pflichten der Aktionäre ergeben sich im Einzelnen aus den Regelungen des AktG, insbesondere aus den §§ 12, 53a ff., 118 ff. und 186 AktG.

Beschränkungen, die die Stimmrechte oder die Übertragung von Aktien betreffen

Jede Aktie gewährt in der Hauptversammlung eine Stimme und ist maßgebend für den Anteil der Aktionäre am Gewinn der Gesellschaft. Hiervon ausgenommen sind von der Gesellschaft gehaltene eigene Aktien, aus denen der Gesellschaft keine Rechte zustehen. In den Fällen des § 136 AktG ist das Stimmrecht aus den betroffenen Aktien kraft Gesetzes ausgeschlossen.

Beteiligungen am Kapital, die 10 % der Stimmrechte überschreiten

Auf Grundlage der der Gesellschaft bis zum 31. Dezember 2023 zugegangenen Stimmrechtsmitteilungen gemäß §§ 33, 34 WpHG bestehen folgende direkte oder indirekte Beteiligungen am Kapital der Gesellschaft, die 10 % der Stimmrechte erreichen oder überschreiten:

Nach den Stimmrechtsmitteilungen vom 13. Februar 2020 der PFC S.r.l., Vicenza, Italien, und der Zignago Holding S.p.A., Fossalta di Portogruaro, Italien, halten diese Gesellschaften gemeinsam 15,45% der Stimmrechte. Laut der Mitteilung besteht zwischen den Gesellschaften eine Vereinbarung, die dazu führt, dass die von den Gesellschaften gehaltenen Stimmrechte der jeweils anderen Gesellschaft zugerechnet werden. Konkret hält die PFC S.r.l. unmittelbar 5,77% der Stimmrechte gemäß § 33 WpHG, während die Zignago Holding S.p.A. 9,03% der Stimmrechte direkt gemäß § 33 WpHG hält. Darüber hinaus hält die PFC S.r.l. unmittelbar 0,27% und die Zignago Holding S.p.A. 0,38% der Stimmrechte über Instrumente gemäß § 38 Abs. 1 Nr. 2 WpHG. In Summe überschreitet die gemeinsame Beteiligung somit 15% der Stimmrechte. Zum 31. Dezember 2023 sind der HUGO BOSS AG keine weiteren direkten oder indirekten Beteiligungen am Kapital gemeldet worden, die 10% der Stimmrechte erreichen oder überschreiten.

Sämtliche **Meldungen zu Veränderungen bei Stimmrechtsanteilen** sind auf der Unternehmenswebsite unter kapitalmarktnachrichten.hugoboss.com einsehbar. Darüber hinaus können die im Geschäftsjahr 2023 mitgeteilten meldepflichtigen Beteiligungen dem Jahresabschluss der HUGO BOSS AG für das Geschäftsjahr 2023 entnommen werden.

Aktien mit Sonderrechten, die Kontrollbefugnisse verleihen

Aktien mit Sonderrechten, die Kontrollbefugnisse verleihen, existieren nicht.

Stimmrechtskontrolle bei Beteiligung von Arbeitnehmern am Kapital

Es besteht keine Stimmrechtskontrolle für den Fall, dass Arbeitnehmer am Kapital der HUGO BOSS AG beteiligt sind und ihre Kontrollrechte nicht unmittelbar ausüben.

Ernennung und Abberufung des Vorstands

Ernennung und Abberufung der Mitglieder des Vorstands der HUGO BOSS AG richten sich nach den §§ 84, 85 AktG und § 31 MitbestG in Verbindung mit § 6 der Satzung. Der Vorstand besteht gemäß § 6 Abs. 1 der Satzung aus mindestens zwei Mitgliedern. Die Zahl der Vorstandsmitglieder wird vom Aufsichtsrat gemäß § 6 Abs. 2 der Satzung bestimmt. Der Aufsichtsrat kann einen Vorsitzenden des Vorstands sowie einen stellvertretenden Vorsitzenden ernennen. Der Aufsichtsrat kann die Bestellung zum Vorstandsmitglied und die Ernennung zum Vorsitzenden des Vorstands widerrufen, wenn ein wichtiger Grund vorliegt. Die Vorstandsmitglieder sollen nach § 6 Abs. 3 der Satzung bei ihrer Bestellung in der Regel nicht älter als 60 Jahre sein. Sie werden vom Aufsichtsrat für höchstens fünf Jahre bestellt.

Satzungsänderungen

Über **Änderungen der Satzung** beschließt die Hauptversammlung. Soweit das Aktiengesetz nicht zwingend etwas Abweichendes bestimmt, wird der Beschluss gemäß § 17 Abs. 2 der Satzung mit einfacher Mehrheit der abgegebenen Stimmen und – soweit eine Mehrheit des bei der Beschlussfassung vertretenen Kapitals erforderlich ist – mit einfacher Mehrheit des bei der Beschlussfassung vertretenen Grundkapitals gefasst. Nach § 20 der Satzung ist dem Aufsichtsrat die Befugnis eingeräumt, Änderungen der Satzung, die nur die Fassung betreffen, zu beschließen.

Befugnisse des Vorstands hinsichtlich Aktienausgabe und -rückkauf

Durch Beschluss der Hauptversammlung vom 11. Mai 2021 kann der Vorstand der HUGO BOSS AG mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis 10. Mai 2026 das Grundkapital um bis zu 17.600.000 EUR durch Ausgabe von bis zu 17.600.000 neuen, auf den Namen lautenden Stückaktien gegen Bar- und/oder Sacheinlagen einmalig oder mehrmals erhöhen (**Genehmigtes Kapital 2021**). Den Aktionären steht grundsätzlich ein Bezugsrecht zu. Der Vorstand ist jedoch ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Bezugsrecht der Aktionäre in folgenden Fällen bis maximal 10 % des Grundkapitals auszuschließen: (a) zum Ausgleich von Spitzenbeträgen, (b) bei Kapitalerhöhung gegen Sacheinlagen und (c) wenn der Ausgabepreis der neuen Aktien bei Kapitalerhöhungen gegen Bareinlagen den Börsenpreis der bereits börsennotierten Aktien zum Zeitpunkt der endgültigen Festlegung des Ausgabepreises, die möglichst zeitnah zur Platzierung der Aktien erfolgen soll, nicht wesentlich unterschreitet, wobei die ausgegebenen Aktien unter Anrechnung eventuell unter Bezugsrechtsausschluss nach § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG – in direkter oder entsprechender Anwendung – ausgegebener Aktien oder veräußerter eigener Aktien insgesamt 10 % des Grundkapitals weder im Zeitpunkt des Wirksamwerdens noch im Zeitpunkt der Ausübung dieser Ermächtigung überschreiten dürfen.

Durch Beschluss der Hauptversammlung vom 11. Mai 2021 wurde der Vorstand bis zum 10. Mai 2026 ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats, einmalig, mehrmals, oder gleichzeitig in verschiedenen Tranchen auf den Inhaber oder Namen lautende Wandel- und/oder Optionsschuldverschreibungen, Genussrechte und/oder Gewinnschuldverschreibungen (bzw. Kombinationen dieser Instrumente) mit oder ohne Laufzeitbeschränkung im Gesamtnennbetrag von bis zu 750.000.000 EUR zu begeben. In diesem Zusammenhang wurde das Grundkapital um bis zu 17.600.000 EUR durch Ausgabe von bis zu 17.600.000 neuen, auf den Namen lautenden Stückaktien bedingt erhöht (**Bedingtes Kapital 2021**). Die bedingte Kapitalerhöhung wird nur insoweit durchgeführt, als die Inhaber bzw. Gläubiger von Wandlungs-/Optionsrechten aus den Schuldverschreibungen Gebrauch machen bzw. Wandlungs-/Optionspflichten genügen oder Andienungen von Aktien erfolgen und nicht andere Erfüllungsformen zur Bedienung eingesetzt werden. Den Aktionären steht grundsätzlich ein Bezugsrecht zu. Der Vorstand ist jedoch ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Bezugsrecht der Aktionäre in folgenden Fällen bis maximal 10 % des Grundkapitals auszuschließen: (a) bei Schuldverschreibungen, die gegen Geldleistung begeben werden und deren Ausgabepreis den nach anerkannten finanzmathematischen Methoden ermittelten theoretischen Marktwert der Schuldverschreibungen nicht wesentlich unterschreitet, (b) zum Ausgleich von Spitzenbeträgen, (c) soweit erforderlich, um den Inhabern bzw. Gläubigern von Schuldverschreibungen ein Bezugsrecht auf Schuldverschreibungen zu gewähren, wie es ihnen als Aktionär zustünde und (d) bei Schuldverschreibungen gegen Sacheinlagen, wobei die ausgegebenen Aktien unter Anrechnung eventuell unter Bezugsrechtsausschluss nach § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG – in direkter oder entsprechender Anwendung – ausgegebener Aktien oder veräußerter eigener Aktien insgesamt 10 % des Grundkapitals weder im Zeitpunkt des Wirksamwerdens noch im Zeitpunkt der Ausübung dieser Ermächtigung überschreiten dürfen. Ferner ist der Vorstand mit Zustimmung des Aufsichtsrats ermächtigt, das Bezugsrecht auszuschließen, soweit Gewinnschuldverschreibungen und/oder Genussrechte ohne Options- oder Wandlungsrechte bzw. Options- oder Wandlungspflichten ausgegeben werden, wenn diese Gewinnschuldverschreibungen und/oder Genussrechte obligationsähnlich ausgestattet sind.

Der Vorstand ist mit Beschluss der Hauptversammlung vom 27. Mai 2020 ermächtigt, bis zum 26. Mai 2025 **eigene Aktien** der Gesellschaft bis zu einem Anteil von insgesamt höchstens 10 % des am 27. Mai 2020 ausstehenden Grundkapitals oder, falls dieser Wert geringer ist, des zum Zeitpunkt der Ausübung der Ermächtigung bestehenden Grundkapitals zu erwerben. Die Ermächtigung kann unmittelbar durch die HUGO BOSS AG oder durch ein von der HUGO BOSS AG abhängiges oder in ihrem Mehrheitsbesitz stehendes Unternehmen oder durch beauftragte Dritte ausgeübt werden und erlaubt den Erwerb eigener Aktien im ganzen Umfang oder in Teilbeträgen sowie den einmaligen oder mehrmaligen Erwerb. Der Erwerb darf über die Börse oder mittels eines an sämtliche Aktionäre gerichteten öffentlichen Kaufangebots oder mittels einer an alle Aktionäre gerichteten öffentlichen Aufforderung zur Abgabe von Verkaufsangeboten oder durch Ausgabe von Andienungsrechten an die Aktionäre erfolgen. Die Ermächtigung sieht auch vor, dass die Aktien unter Einschränkung des Gleichbehandlungsgrundsatzes und eines eventuellen Andienungsrechts der Aktionäre erworben werden können.

Zurück erworbene eigene Aktien können über die Börse oder mittels Angebots an alle Aktionäre (auch unter Ausschluss des Bezugsrechts der Aktionäre) wieder veräußert werden. Mit Zustimmung des Aufsichtsrats können sie auch eingezogen und unter Ausschluss des Bezugsrechts der Aktionäre als Gegenleistung für einen eventuellen Erwerb von Unternehmen und Beteiligungen an Unternehmen, für eine Veräußerung zu einem Preis, der den aktuellen Börsenpreis nicht wesentlich unterschreitet, und für die Zulassung der Aktie an ausländischen Börsenplätzen verwendet werden. Ferner ist der Vorstand ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats und unter Ausschluss des Bezugsrechts der Aktionäre eigene Aktien aktuellen oder ehemaligen Mitarbeitern oder Organmitgliedern der HUGO BOSS AG oder verbundenen Unternehmen anzubieten sowie zur Erfüllung von Wandlungs- und Optionsrechten bzw. Wandlungspflichten der HUGO BOSS AG oder mit ihr verbundener Unternehmen zu verwenden und die Aktien zur Durchführung einer sogenannten Aktiendividende einzusetzen. Darüber hinaus kann bei einem Angebot zum Erwerb eigener Aktien an alle Aktionäre das Bezugsrecht für Spitzenbeträge ausgeschlossen werden. Der Vorstand ist ferner aufgrund des Beschlusses der Hauptversammlung vom 27. Mai 2020 ermächtigt, eigene Aktien auch unter Einsatz von Eigenkapitalderivaten zu erwerben.

„Change of Control“-Regelungen

Der durch die HUGO BOSS AG und die HUGO BOSS International B.V. aufgenommene und durch die HUGO BOSS AG garantierte syndizierte Kredit sowie bilaterale Linien enthalten marktübliche Vereinbarungen, die unter den Bedingungen eines Kontrollwechsels (sogenannte „Change of Control“-Klauseln) den Vertragspartnern zusätzliche Kündigungsrechte einräumen.

Entschädigungsvereinbarungen

Die Anstellungsverträge der amtierenden Vorstandsmitglieder enthalten keine Bestimmung, die bei einem „Change of Control“ (Erwerb von mehr als 30 % der Stimmrechte an der HUGO BOSS AG) den Vertragspartnern unter bestimmten Voraussetzungen ein zusätzliches Kündigungsrecht einräumt und für den Fall, dass es zu einer Kündigung kommt, eine Entschädigungspflicht gegenüber dem jeweiligen Vorstandsmitglied vorsieht. > **Vergütungsbericht**

KAPITEL 4

KONZERNABSCHLUSS

207 KONZERN-GEWINN-UND- VERLUST-RECHNUNG

208 KONZERNGESAMT- ERGEBNISRECHNUNG

209 KONZERNBILANZ

210 KONZERNEIGENKAPITAL- VERÄNDERUNGSRECHNUNG

211 KONZERNKAPITAL- FLUSSRECHNUNG

212 KONZERNANHANG FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2023

- 228 Erläuterungen zur
Konzern-Gewinn-und-Verlust-Rechnung
- 237 Erläuterungen zur Konzernbilanz
- 272 Sonstige Erläuterungen
- 279 Vorstand
- 280 Aufsichtsrat
- 281 Weitere Angaben zu den
Aufsichtsrats- und Vorstandsmitgliedern
- 282 Offenlegung
- 283 Anteilsbesitz der HUGO BOSS AG



KONZERN-GEWINN-UND- VERLUST-RECHNUNG

für die Zeit vom 1. Januar bis 31. Dezember 2023

KONZERN-GEWINN-UND-VERLUST-RECHNUNG (IN TEUR)

	Anhang	2023	2022
Umsatzerlöse	(1)	4.197.459	3.651.378
Umsatzkosten	(1)	-1.616.606	-1.395.052
Bruttoertrag		2.580.852	2.256.326
In % vom Umsatz		61,5	61,8
Vertriebs- und Marketingaufwendungen	(2)	-1.744.938	-1.538.506
Verwaltungsaufwendungen	(3)	-425.577	-382.401
Operatives Ergebnis (EBIT)		410.337	335.419
Zinsergebnis		-44.861	-23.879
Zinsen und ähnliche Erträge		978	2.200
Zinsen und ähnliche Aufwendungen		-45.839	-26.079
Übrige Finanzposten		-8.587	-26.245
Finanzergebnis	(4)	-53.448	-50.123
Ergebnis vor Ertragsteuern		356.889	285.295
Ertragsteuern	(5)	-87.099	-63.438
Konzernergebnis		269.790	221.858
Davon entfallen auf:			
Anteilseigner des Mutterunternehmens		258.371	209.495
Nicht beherrschende Anteile		11.419	12.362
Ergebnis je Aktie (EUR)¹	(6)	3,74	3,04
Dividende je Aktie (EUR)²	(16)	1,35	1,00

1 Verwässertes und unverwässertes Ergebnis je Aktie.

2 2023: Dividendenvorschlag.

KONZERNGESAMT- ERGEBNISRECHNUNG

für die Zeit vom 1. Januar bis 31. Dezember 2023

KONZERNGESAMTERGEBNISRECHNUNG (IN TEUR)

	2023	2022
Konzernergebnis	269.790	221.858
Posten, die nicht in den Gewinn oder Verlust umgegliedert werden		
Neubewertung von leistungsorientierten Pensionsplänen	-10.772	11.571
Posten, die anschließend in den Gewinn oder Verlust umgegliedert werden können		
Unterschiede aus der Währungsumrechnung	-5.492	14.423
Netto (-Verluste)/-Gewinne aus Marktbewertung von Sicherungsgeschäften	-293	3.668
Sonstiges Ergebnis nach Steuern	-16.557	29.662
Gesamtergebnis	253.233	251.520
Davon entfallen auf:		
Anteilseigner des Mutterunternehmens	242.533	238.538
Nicht beherrschende Anteile	10.700	12.981
Gesamtergebnis	253.233	251.520

KONZERNBILANZ

zum 31. Dezember 2023

KONZERNBILANZ (IN TEUR)

Aktiva	Anhang	2023	2022
Sachanlagen	(8)	603.533	471.182
Immaterielle Vermögenswerte	(8)	195.770	176.619
Nutzungsrechte an Leasingobjekten	(9)	722.101	708.198
Aktive latente Steuern	(5)	130.496	150.636
Langfristige finanzielle Vermögenswerte	(11), (22)	26.637	26.474
Sonstige langfristige Vermögenswerte	(11)	2.057	1.706
Langfristige Vermögenswerte		1.680.594	1.534.815
Vorräte	(12)	1.066.044	973.560
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	(13)	375.620	256.430
Kurzfristige Ertragsteuerforderungen	(5)	23.148	23.074
Kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	(11), (22)	54.132	41.341
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	(11)	126.867	149.980
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	(14)	118.327	147.403
Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte		26.936	0
Kurzfristige Vermögenswerte		1.791.073	1.591.787
Gesamt		3.471.667	3.126.602
Passiva			
Gezeichnetes Kapital	(15)	70.400	70.400
Eigene Aktien	(15)	-42.363	-42.363
Andere Kapitalrücklagen		4.107	1.582
Gewinnrücklagen		1.200.765	1.022.142
Kumuliertes übriges Eigenkapital		59.753	64.820
Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital		1.292.663	1.116.581
Nicht beherrschende Anteile am Eigenkapital		18.114	18.852
Konzerneigenkapital		1.310.777	1.135.433
Langfristige Rückstellungen	(17), (18), (19)	108.801	91.895
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	(20), (22)	316.428	88.894
Langfristige Leasingverbindlichkeiten	(9)	624.234	604.928
Passive latente Steuern	(5)	18.969	10.337
Sonstige langfristige Schulden	(21)	2.313	1.703
Langfristige Schulden		1.070.746	797.756
Kurzfristige Rückstellungen	(17)	92.448	122.647
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	(20), (22)	23.721	32.807
Kurzfristige Leasingverbindlichkeiten	(9)	169.010	199.290
Ertragsteuerschulden	(5)	7.214	20.407
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten		571.822	617.110
Sonstige kurzfristige Schulden	(21)	206.569	201.152
Zur Veräußerung gehaltene Verbindlichkeiten		19.360	0
Kurzfristige Schulden		1.090.144	1.193.413
Gesamt		3.471.667	3.126.602

KONZERNEIGENKAPITAL- VERÄNDERUNGSRECHNUNG

für die Zeit vom 1. Januar bis 31. Dezember 2023

EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG (IN TEUR)

				Gewinnrücklagen		Kumuliertes übriges Eigenkapital		Konzerneigenkapital		
	Gezeichnetes Kapital	Eigene Aktien	Andere Kapital- rücklagen	Gesetzliche Rücklage	Sonstige Gewinn- rücklagen	Unterschiede aus der Währungs- umrechnung	Markt- bewertung Sicherungs- geschäfte	Auf die Anteilseigner des Mutter- unternehmens entfallendes Eigenkapital	Nicht beherrschende Anteile am Eigenkapital	Konzern- eigenkapital
Anhang	(15)	(15)								
1. Januar 2022	70.400	-42.363	399	6.641	842.963	50.723	-3.375	925.387	14.306	939.693
Erstanwendung IAS 29					-216			-216		-216
1. Januar 2022	70.400	-42.363	399	6.641	842.747	50.723	-3.375	925.172	14.306	939.478
Konzernergebnis					209.495			209.495	12.362	221.858
Sonstiges Ergebnis					11.571	13.804	3.668	29.043	619	29.662
Gesamtergebnis					221.066	13.804	3.668	238.538	12.981	251.520
Dividendenzahlung					-48.311			-48.311	-8.436	-56.747
Anteilsbasierte Vergütung			1.182					1.182		1.182
31. Dezember 2022	70.400	-42.363	1.582	6.641	1.015.501	64.527	293	1.116.581	18.852	1.135.433
1. Januar 2023	70.400	-42.363	1.582	6.641	1.015.501	64.527	293	1.116.581	18.852	1.135.433
Konzernergebnis					258.371			258.371	11.419	269.790
Sonstiges Ergebnis					-10.772	-4.773	-293	-15.838	-719	-16.557
Gesamtergebnis					247.599	-4.773	-293	242.533	10.700	253.233
Dividendenzahlung					-69.016			-69.016	-11.444	-80.460
Anteilsbasierte Vergütung			2.526					2.526		2.526
Veränderung Konsolidierungskreis					40			40	5	45
31. Dezember 2023	70.400	-42.363	4.107	6.641	1.194.123	59.754	0	1.292.663	18.114	1.310.777

KONZERNKAPITAL- FLUSSRECHNUNG

für die Zeit vom 1. Januar bis 31. Dezember 2023

KAPITALFLUSSRECHNUNG (IN TEUR)

	Anhang	2023	2022
	(23)		
Konzernergebnis		269.790	221.858
Abschreibungen/Zuschreibungen	(8)	341.697	345.026
Ergebnis aus der Nettoposition der monetären Posten gemäß IAS 29		1.129	-730
Unrealisierte Währungsgewinne/-verluste, netto		13.132	12.930
Sonstige zahlungsunwirksame Vorgänge		3.701	8.837
Ertragsteueraufwand/-ertrag	(5)	87.099	63.438
Zinserträge und -aufwendungen	(4)	44.861	23.879
Veränderung der Vorräte		-99.592	-361.281
Veränderung der Forderungen sowie anderer Aktiva		-123.472	-83.509
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva		-50.964	182.074
Ergebnis aus dem Verkauf von Anlagevermögen		5.223	-6.170
Veränderung Pensionsrückstellungen	(19)	-9.770	-4.543
Veränderung übrige Rückstellungen		-18.429	30.808
Gezahlte Ertragsteuern		-70.762	-75.357
Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit		393.643	357.259
Investitionen in Sachanlagen	(8)	-247.385	-151.395
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	(8)	-50.123	-38.849
Investitionen in Finanzanlagen		0	-4.430
Erlöse aus Abgängen von Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten		-1.610	186
Erhaltene Zinsen		1.479	2.790
Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit		-297.638	-191.698
An die Anteilseigner des Mutterunternehmens gezahlte Dividenden	(16)	-69.016	-48.311
An Inhaber nicht beherrschender Anteile gezahlte Dividenden		-11.444	-8.436
Aufnahme von kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten	(22)	2.000	0
Tilgung der kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten	(22)	-60.554	-10.809
Aufnahme von langfristigen Finanzverbindlichkeiten	(22)	279.473	0
Tilgung von Leasingverbindlichkeiten		-221.577	-215.888
Gezahlte Zinsen		-41.327	-23.856
Mittelabfluss aus der Finanzierungstätigkeit		-122.445	-307.300
Wechselkursbedingte Veränderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente		-2.636	4.448
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente		-29.076	-137.291
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Anfang der Periode		147.403	284.694
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Ende der Periode	(14)	118.327	147.403

KONZERNANHANG FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2023

Allgemeine Angaben

Die HUGO BOSS AG ist eine börsennotierte Aktiengesellschaft mit Sitz in der Holy-Allee 3, 72555 Metzingen, Deutschland (vormals Dieselstraße 12, 72555 Metzingen, Deutschland). Die Gesellschaft ist beim Amtsgericht Stuttgart unter der Registernummer HRB 360610 in das Handelsregister eingetragen.

Unternehmensgegenstand der HUGO BOSS AG und ihrer Tochtergesellschaften (zusammen „HUGO BOSS“ oder „der Konzern“) sind die Entwicklung, die Vermarktung und der Vertrieb von Mode, Schuhen und Accessoires im gehobenen Premiumsegment der globalen Bekleidungsindustrie sowie weiterer Lifestyle-Produkte.

Der Konzernabschluss der HUGO BOSS AG zum 31. Dezember 2023 wurde in Übereinstimmung mit den Rechnungslegungsgrundsätzen des International Accounting Standards Board (IASB), den International Financial Reporting Standards (IFRS), wie sie in der Europäischen Union (EU) anzuwenden sind, und den ergänzenden Vorschriften nach §315e Abs. 1 HGB erstellt.

Der Konzernabschluss und der zusammengefasste Lagebericht der HUGO BOSS AG, Metzingen, wurden durch Beschluss vom 21. Februar 2024 durch den Vorstand zur Weiterleitung an den Aufsichtsrat freigegeben.

Aufgrund von Rundungen und der Darstellung in TEUR ist es möglich, dass sich einzelne Zahlen im Konzernabschluss nicht genau zur angegebenen Summe addieren.

Rechnungslegungsgrundsätze

Aus der erstmaligen Anwendung der nachfolgenden Neuerungen und Änderungen der Standards und Interpretationen des IASB für das Geschäftsjahr 2023 ergeben sich keine wesentlichen Auswirkungen auf die Darstellung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns. Hierunter fallen:

- Änderung an IAS 1 und am IFRS Leitliniendokument 2: Angaben von Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden
- Änderung an IAS 8: Definition von Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden zu Schätzungen
- Änderung an IAS 12: Latente Steuern, die sich auf Vermögenswerte und Schulden beziehen und aus einer einzigen Transaktion entstehen
- Änderung an IAS 12: Internationale Steuerreform – Säule-2-Mustervorschriften
- Änderung an IFRS 4: Verlängerung der vorübergehenden Befreiung von der Anwendung von IFRS 9
- IFRS 17: Versicherungsverträge
- Änderung an IFRS 17: Erstmalige Anwendung von IFRS 17 und IFRS 9 – Vergleichsinformationen

Die folgenden neuen Standards und Interpretationen sowie Änderungen bestehender Standards und Interpretationen des International Accounting Standards Board (IASB), die von der EU teilweise übernommen wurden und für Geschäftsjahre, die nach dem 1. Januar 2024 beginnen, wurden bei der Erstellung des vorliegenden Konzernabschlusses nicht angewandt. Die Änderungen haben entweder keinen wesentlichen Einfluss auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns oder befinden sich aktuell im Prüfungsprozess der Anwendungsfolgen:

- Änderung an IAS 1: Klassifizierung von Verbindlichkeiten als kurz- oder langfristig (IASB Inkrafttreten: 1. Januar 2024)
- Änderung an IAS 1: Langfristige Verbindlichkeiten mit Covenants (IASB Inkrafttreten: 1. Januar 2024)
- Änderung an IAS 7 und IFRS 7: Lieferantenfinanzierungsvereinbarungen (IASB Inkrafttreten: 1. Januar 2024)
- Änderung an IAS 21: Mangel an Umtauschbarkeit (IASB Inkrafttreten: 1. Januar 2025)
- Änderung an IFRS 16: Leasingverbindlichkeiten bei Sale-and-Leaseback (IASB Inkrafttreten: 1. Januar 2024)

Konsolidierungsgrundsätze

Der Konsolidierungskreis umfasst die HUGO BOSS AG sowie alle Tochtergesellschaften einschließlich strukturierter Unternehmen („structured entities“), auf welche die HUGO BOSS AG direkt oder indirekt Beherrschung ausüben kann. Beherrschung liegt vor, wenn die HUGO BOSS AG als Mutterunternehmen die Entscheidungsgewalt aufgrund von Stimmrechten oder anderen Rechten über die Tochtergesellschaften besitzt, an den positiven und negativen variablen Rückflüssen aus den Tochtergesellschaften partizipiert und diese Rückflüsse durch ihre Entscheidungsgewalt beeinflussen kann. Die Einbeziehung in den Konsolidierungskreis endet, sobald die Beherrschung durch das Mutterunternehmen nicht mehr besteht.

Tochtergesellschaften, deren Einfluss auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns von untergeordneter Bedeutung ist, werden nicht in den Konzernabschluss einbezogen. Unwesentlichkeit ist gegeben, sofern Umsatz, Ergebnis und Bilanzsumme dieser Unternehmen in Summe weniger als 1% der entsprechenden Konzernkennzahl ausmachen. Diese Einschätzung wird zu jedem Bilanzstichtag überprüft. Nicht konsolidierte Tochtergesellschaften werden zum beizulegenden Zeitwert oder, soweit dieser nicht verlässlich ermittelbar ist, zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet und als sonstige langfristige finanzielle Vermögenswerte ausgewiesen.

Strukturierte Unternehmen, die durch das Mutterunternehmen beherrscht werden, werden ebenfalls in den Konzern einbezogen. Bei strukturierten Unternehmen handelt es sich um Unternehmen, die so konzipiert wurden, dass das Unternehmen von dem Mutterunternehmen beherrscht wird, unabhängig davon, wer die Stimmrechte oder vergleichbaren Rechte innehält. Dies ist zum Beispiel dann der Fall, wenn sich die Stimmrechte nur auf Verwaltungsaufgaben beziehen und die maßgeblichen Tätigkeiten durch Vertragsvereinbarungen geregelt werden.

Gemeinschaftsunternehmen werden nach der Equity-Methode einbezogen. Gemeinschaftliche Führung ist die vertraglich geregelte, gemeinsam ausgeübte Führung einer Vereinbarung. Sie besteht nur dann, wenn Entscheidungen über die maßgeblichen Tätigkeiten die einstimmige Zustimmung der jeweiligen Parteien erfordern.

Änderungen der Beteiligungsquote des Mutterunternehmens an einem Tochterunternehmen ohne Verlust der Kontrolle werden als erfolgsneutrale Transaktion zwischen Eigenkapitalgebern abgebildet.

Konsolidierungskreis

Im Berichtszeitraum 1. Januar bis 31. Dezember 2023 betrug die Anzahl der konsolidierten Gesellschaften 65 und blieb gegenüber dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2022 unverändert.

Der Anteil der HUGO BOSS AG an der Gesellschaft YOURDATA HB DIGITAL CAMPUS, Unipessoal Lda. mit Sitz in Porto, Portugal, hat sich im Geschäftsjahr 2023 auf 42 % erhöht. Aufgrund der Vereinbarungen hat die HUGO BOSS AG ein vertragliches Recht, die ausstehenden Anteile an der Gesellschaft über einen Zeitraum bis Juli 2026 zu einem Preis zu erwerben, der sich an der Erreichung relevanter KPIs der Gesellschaft orientiert. Der beizulegende Zeitwert des oben genannten vertraglichen Rechts (der Kaufoption) wird mit Null bewertet und es bestehen zum 31. Dezember 2023 keine finanziellen Verbindlichkeiten. Im Geschäftsjahr 2023 wurde die YOURDATA HB DIGITAL CAMPUS erstmalig aufgrund der maßgeblichen Stimmrechte an der Gesellschaft in den Konzernabschluss miteinbezogen.

Im Einklang mit der Säule aus der „CLAIM 5“-Strategie „Organize for Growth“ hat HUGO BOSS im Geschäftsjahr 2023 eine Umstrukturierung innerhalb des Konzerns vorgenommen, in deren Rahmen die HUGO BOSS Trade Mark Management GmbH & Co. KG auf die HUGO BOSS AG angewachsen ist.

Unternehmenszusammenschlüsse

Erlangt ein Unternehmen die Beherrschung über ein oder mehrere Geschäftsbetriebe, liegt ein Unternehmenszusammenschluss im Sinne des IFRS 3 vor. Alle Unternehmenszusammenschlüsse werden unter Anwendung der Erwerbsmethode („acquisition method“) bilanziert. Die Anschaffungskosten eines Unternehmenserwerbs bemessen sich als Summe der übertragenen Gegenleistung, bewertet mit dem beizulegenden Zeitwert zum Erwerbszeitpunkt, und der Anteile ohne beherrschenden Einfluss am erworbenen Unternehmen. Die bei einem Unternehmenszusammenschluss erworbenen identifizierbaren Vermögenswerte sowie die übernommenen Verbindlichkeiten (einschließlich bedingter Verbindlichkeiten) werden mit ihren beizulegenden Zeitwerten zum Erwerbszeitpunkt bewertet. Nicht beherrschende Anteile werden entsprechend ihren Anteilen an den beizulegenden Zeitwerten der identifizierbaren Vermögenswerte und Verbindlichkeiten bewertet. Im Rahmen des Unternehmenszusammenschlusses angefallene Kosten werden in der Gewinn- und Verlust-Rechnung erfasst.

Geschäfts- oder Firmenwert

Ein aus einem Unternehmenszusammenschluss resultierender Geschäfts- oder Firmenwert stellt den Unterschiedsbetrag zwischen der übertragenen Gegenleistung und dem beizulegenden Zeitwert der Anteile ohne beherrschenden Einfluss über die erworbenen Vermögenswerte und übernommenen Schulden dar. Liegt die Gegenleistung unter dem beizulegenden Zeitwert des Reinvermögens des erworbenen Tochterunternehmens, wird der Unterschiedsbetrag nach nochmaliger Prüfung sofort erfolgswirksam vereinnahmt.

Der Geschäfts- oder Firmenwert wird nach dem erstmaligen Ansatz in der funktionalen Währung der erworbenen ausländischen Einheit zu Anschaffungskosten abzüglich kumulierter Wertminderungen bewertet. Bilanzierte Geschäfts- oder Firmenwerte werden einmal jährlich sowie bei Anzeichen einer potenziellen Wertminderung einem sogenannten Wertminderungstest („impairment test“) unterzogen.

Konzerninterne Geschäftsvorfälle

Die Auswirkungen konzerninterner Geschäftsvorfälle werden eliminiert. Forderungen und Verbindlichkeiten zwischen den konsolidierten Gesellschaften werden gegeneinander aufgerechnet, Zwischengewinne und -verluste im Anlage- und Vorratsvermögen werden eliminiert und konzerninterne Erträge mit den korrespondierenden Aufwendungen verrechnet. Auf temporäre Unterschiede aus der Konsolidierung werden die nach IAS 12 erforderlichen Steuerabgrenzungen vorgenommen.

Bestimmung der funktionalen Währung

Die Berichtswährung des Konzerns entspricht der funktionalen Währung des Mutterunternehmens, der HUGO BOSS AG, und damit dem Euro. Die funktionale Währung der in den Konzernabschluss einbezogenen Tochterunternehmen entspricht dabei im Regelfall der jeweiligen Landeswährung. Bei Einheiten, die einen wesentlichen Teil der Absatz- und Beschaffungsaktivitäten sowie der Finanzierung in einer anderen als der jeweiligen Landeswährung abwickeln, ist die funktionale Währung die Währung des primären Geschäftsumfelds. Dementsprechend ist die funktionale Währung der HUGO BOSS Textile Industry Ltd., Türkei, und der HUGO BOSS International Markets AG, Schweiz, der Euro, da die wesentlichen Transaktionen dieser Gesellschaften in Euro getätigt werden.

Fremdwährungstransaktionen und -salden

In den Einzelabschlüssen werden Transaktionen in Fremdwährung zum Zeitpunkt der Transaktion mit dem zu diesem Zeitpunkt gültigen Wechselkurs erfasst. Monetäre Posten (flüssige Mittel, Forderungen und Verbindlichkeiten) in einer Fremdwährung werden zu jedem Stichtag unter Verwendung des Umrechnungskurses am Stichtag in die funktionale Währung umgerechnet. Daraus resultierende Währungsgewinne und -verluste werden unmittelbar erfolgswirksam im übrigen Finanzergebnis erfasst.

Nicht monetäre Posten, die zum Fair Value in einer Fremdwährung bewertet sind, werden zu dem Kurs umgerechnet, der zum Zeitpunkt der Ermittlung des Fair Value gültig war. Nicht monetäre Posten, die zu historischen Anschaffungs- oder Herstellungskosten in Fremdwährung bewertet werden, werden zum Kurs am Tag des Geschäftsvorfalles umgerechnet.

Hochinflation

Die Türkei wird als Hochinflationsland eingestuft und daher gilt IAS 29 „Rechnungslegung in Hochinflationsländern“ für die Tochtergesellschaft des Konzerns in der Türkei. Dementsprechend wird der Abschluss der HUGO BOSS Magazacilik Ltd. Sti., Izmir, Türkei, der die türkische Lira als funktionale Währung hat, rückwirkend zum 1. Januar 2022 an die Änderung der allgemeinen Kaufkraft angepasst. Der Jahresabschluss basiert auf dem Konzept der historischen Anschaffungs- und Herstellungskosten. Für die Umrechnung in die Konzernwährung (Euro) werden alle Beträge mit dem Stichtagskurs vom 31. Dezember 2021 umgerechnet. Gemäß IAS 21 „Auswirkungen von Wechselkursänderungen“ Absatz 42 wurden die Vergleichsbeträge des vorangegangenen Berichtszeitraums nicht angepasst.

Um die Änderungen der Kaufkraft am Bilanzstichtag widerzuspiegeln, werden außerdem die Buchwerte der nicht monetären Vermögenswerte und Schulden, des Eigenkapitals und des Konzernergebnisses von Tochterunternehmen in Hochinflationländern auf der Grundlage einer am Bilanzstichtag geltenden Maßeinheit angepasst. Diese werden gemäß IAS 29 anhand eines allgemeinen Preisindexes indexiert. Bei nicht monetären Vermögenswerten und Verbindlichkeiten, die zu den am Bilanzstichtag geltenden Beträgen angesetzt werden, wie beispielsweise dem Nettoveräußerungswert oder dem beizulegenden Zeitwert, sowie bei monetären Posten ist jedoch keine Anpassung erforderlich, da sie im Besitz befindliche, zu erhaltende oder zu zahlende Gelder darstellen. Alle Posten der Gewinn-und-Verlust-Rechnung müssen in der am Bilanzstichtag geltenden Maßeinheit ausgedrückt werden.

Nicht monetäre Vermögenswerte, die gemäß IAS 29 angepasst wurden, unterliegen weiterhin der Wertminderungsprüfung in Übereinstimmung mit den relevanten IFRS Standards.

Für die Umrechnung in die Konzernwährung (Euro) wurden alle Beträge mit dem Stichtagskurs zum 31. Dezember 2023 umgerechnet. Die Anwendung von IAS 29 führte in der Vermögens- und Ertragslage des Konzerns für das Geschäftsjahr 2023 zu einem Verlust aus der Nettoposition der monetären Posten in Höhe von 1.129 TEUR (2022: ein Gewinn von 730 TEUR).

In der nachstehenden Tabelle sind die spezifischen Inputparameter aufgeführt, die für die Anwendung von IAS 29 für das Geschäftsjahr 2023 verwendet wurden:

Inputparameter	Türkei
Erstanwendung IAS 29	1. Januar 2022
Verbraucherpreisindex	Tüketici fiyat endeks rakamları
Index am 31. Dezember 2023	1.859,38
Index am 31. Dezember 2022	1.128,45
Anpassungsfaktor	1,6477

Darüber hinaus ist die Produktionsstätte des Konzerns, die HUGO BOSS Textile Industry Ltd., in der Türkei nicht von IAS 29 betroffen. Die funktionale Währung ist der Euro, sodass IAS 29 „Rechnungslegung in Hochinflationländern“ auf dieses Tochterunternehmen in der Türkei nicht anwendbar ist.

Umrechnung der Einzelabschlüsse

Die Jahresabschlüsse der ausländischen Konzerngesellschaften, deren funktionale Währung nicht dem Euro entspricht, werden in die Konzernwährung Euro umgerechnet. Die Umrechnung erfolgt nach der modifizierten Stichtagskursmethode gemäß IAS 21, nach der Vermögenswerte, inklusive Geschäfts- oder Firmenwert, und Schulden jeweils mit den Wechselkursen zum Bilanzstichtag, die Posten der Gewinn-und-Verlust-Rechnung mit den Durchschnittskursen der Berichtsperiode umgerechnet werden. Der Unterschiedsbetrag aus der Umrechnung der Gewinn-und-Verlust-Rechnung zu Monatsdurchschnittskursen und der Bilanzen zu Stichtagskursen wird erfolgsneutral im sonstigen Ergebnis („OCI“) ausgewiesen. Der sich aus der Umrechnung des Eigenkapitals zu historischen Kursen ergebende Währungsunterschied wird ebenfalls mit dem sonstigen Ergebnis verrechnet. Im sonstigen Ergebnis erfasste Umrechnungsdifferenzen werden bei der Veräußerung des jeweiligen Konzernunternehmens in die Gewinn-und-Verlust-Rechnung umgegliedert.

Die wichtigsten im Konzernabschluss verwendeten Kurse haben sich in Relation zum Euro wie folgt entwickelt:

	Währung	Durchschnittskurs		Stichtagskurs	
		1 EUR =	2023	2022	2023
Kanada	CAD		1,4662	1,4367	1,4642
China	CNY		7,7934	7,3872	7,8509
Dubai	AED		4,0075	3,8846	4,0603
Großbritannien	GBP		0,8620	0,8692	0,8691
Mexiko	MXN		18,7799	20,7201	18,7231
Schweiz	CHF		0,9445	0,9863	0,9260
Türkei	TRY		31,7068	19,7164	32,5739
USA	USD		1,0917	1,0582	1,1050

Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Die Abschlüsse der HUGO BOSS AG sowie der in- und ausländischen Tochterunternehmen werden entsprechend IFRS 10 nach einheitlichen Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätzen aufgestellt.

Ertrags- und Aufwandsrealisierung

Erträge werden erfasst, wenn es wahrscheinlich ist, dass der wirtschaftliche Nutzen dem Konzern zufließen wird und die Höhe der Erträge verlässlich bestimmt werden kann. Erträge werden zum beizulegenden Zeitwert der erhaltenen Gegenleistung bewertet. Erträge werden nach Abzug von Rabatten und anderen Preisnachlässen sowie ohne Umsatzsteuer ausgewiesen. Darüber hinaus setzt die Ertragsrealisierung die Erfüllung nachfolgend aufgelisteter Ansatzkriterien voraus.

Verkauf von Waren und Erzeugnissen

Umsatzerlöse werden nach den Vorschriften des IFRS 15 erfasst. HUGO BOSS realisiert Umsatzerlöse, wenn die Verfügungsgewalt über die verkauften Waren und Erzeugnisse auf den Käufer übergegangen ist. Im Großhandelskanal ist dies der Fall, sobald die Lieferung an den Großhandelspartner erfolgt ist und sämtliche Verpflichtungen, die die Annahme der Ware durch den Großhandelspartner betreffen könnten, erfüllt sind. Im stationären Einzelhandel geht die Verfügungsgewalt auf den Kunden mit der Bezahlung der Ware über. Umsatzerlöse werden zum Zeitpunkt der Transaktion mit dem Kunden erfasst. Über den eigenen Onlinekanal werden Umsatzerlöse bei der Annahme der Ware durch den Kunden realisiert. Ab diesem Zeitpunkt wird die Verfügungsgewalt über die verkauften Waren und Erzeugnisse auf den Kunden übertragen. Die angewendeten Zahlungsbedingungen entsprechen den branchenüblichen Zahlungsbedingungen pro Land.

Die Kunden des Unternehmens besitzen unter bestimmten Voraussetzungen und gemäß den vertraglichen Vereinbarungen die Möglichkeit, Waren gegen gleichartige oder andere Produkte umzutauschen oder gegen Gutschrift zurückzugeben. Beträge für erwartete Rücklieferungen werden auf Grundlage von Erfahrungswerten bezüglich der Rücklieferungsquoten und -zeiträume über eine Verpflichtung aus Rückgaberechten in

den Verbindlichkeiten von den Umsätzen abgegrenzt. Der Vermögenswert für das Recht auf Rückerhalt der vom Kunden zurückgegebenen Waren wird mit dem vorherigen Buchwert der jeweiligen Vorräte, abzüglich Abwicklungskosten und einer potenziellen Wertminderung, bewertet.

Zuschüsse für Möbeleinrichtung an die Händler werden in der Gewinn-und-Verlust-Rechnung als Erlöschmälerungen erfasst.

Lizenerträge und sonstige Erträge

Lizenerträge und sonstige Erträge werden periodengerecht in Übereinstimmung mit den Bestimmungen des zugrunde liegenden Vertrags erfasst.

Zinserträge und -aufwendungen

Zinsen werden zeitproportional unter Berücksichtigung der Effektivverzinsung des Vermögenswerts und gegebenenfalls der Verbindlichkeit erfasst.

Funktionskosten

Betriebliche Aufwendungen werden grundsätzlich nach Maßgabe der jeweiligen Kostenstelle den einzelnen Funktionen zugeordnet. Aufwendungen im Zusammenhang mit funktionsübergreifenden Aktivitäten oder Projekten werden auf Basis eines geeigneten Zuordnungsprinzips auf die betreffenden Funktionskosten aufgeteilt.

Forschungs- und Entwicklungskosten

Forschungskosten werden zum Zeitpunkt der Entstehung als Aufwand erfasst. Produktentwicklungskosten werden ebenfalls zum Zeitpunkt der Entstehung als Aufwand erfasst, sofern sie die Kriterien zur Aktivierung als selbsterstellter immaterieller Vermögensgegenstand nicht erfüllen. Bei der Ermittlung der Herstellungskosten der unfertigen und fertigen Erzeugnisse werden grundsätzlich produktionsbezogene Entwicklungskosten berücksichtigt. Diese umfassen im Wesentlichen die Kosten für die technische Produktentwicklung in der dritten Phase des Kollektionsentwicklungsprozesses.

Ertragsteuern

Der Berechnung der Ertragsteuern werden die Steuersätze und Steuergesetze zugrunde gelegt, die zum Abschlussstichtag in den Ländern gelten, in denen der Konzern tätig ist und zu versteuerndes Einkommen erzielt.

Forderungen und Verbindlichkeiten für laufende Ertragsteuern werden in dem Umfang angesetzt, in dem der bereits gezahlte Betrag den fälligen Betrag übersteigt, oder in dem Umfang, in dem die Zahlung für den laufenden und frühere Zeiträume noch aussteht.

Aktive und passive latente Steuern werden gemäß IAS 12 für temporäre Differenzen zwischen den Wertansätzen in den Steuerbilanzen der Einzelgesellschaften und den Wertansätzen im Konzernabschluss nach IFRS sowie auf bestimmte Konsolidierungsvorgänge gebildet. Da es nicht zulässig ist, eine latente Steuerschuld für den Erstantritt eines Geschäfts- oder Firmenwerts zu erfassen, berechnet die Gesellschaft auf diese keine latenten Steuern.

Bei der Beurteilung der Werthaltigkeit aktiver latenter Steuern stützt sich die Gruppe auf dieselben prognostizierten Annahmen, die auch an anderer Stelle im Jahresabschluss und in anderen Managementberichten verwendet werden und die unter anderem die potenziellen Auswirkungen klimabezogener Entwicklungen auf das Geschäft widerspiegeln, wie z.B. erhöhte Produktionskosten infolge von Maßnahmen zur Verringerung der Kohlenstoffemissionen.

Die aktiven latenten Steuern umfassen auch Steuererminderungsansprüche, die sich aus der erwarteten Nutzung bestehender Verlustvorträge in Folgejahren ergeben und deren Verrechnung mit ausreichender Wahrscheinlichkeit gewährleistet ist. Aktive und passive latente Steuern werden saldiert dargestellt, soweit sich die aktiven und passiven latenten Steuern auf das gleiche Steuersubjekt beziehen und ein einklagbares Recht zur Aufrechnung gegeben ist. Die Bewertung latenter Steueransprüche und Steuerschulden erfolgt anhand der Steuersätze, die für die Perioden erwartet werden, in denen sich die temporären Differenzen voraussichtlich umkehren werden.

Ertragsteuern werden in der Gewinn-und-Verlust-Rechnung erfasst, mit Ausnahme von denen, die sich auf Sachverhalte beziehen, die direkt im Eigenkapital verrechnet sind.

Sachanlagen

Sachanlagen, die im Geschäftsbetrieb länger als ein Jahr genutzt werden, sind mit ihren Anschaffungs- beziehungsweise Herstellungskosten abzüglich planmäßiger Abschreibungen bewertet. Die Herstellungskosten umfassen alle direkt dem Herstellungsprozess zurechenbaren Kosten sowie angemessene Teile der fertigungsbezogenen Gemeinkosten. Die zugrunde gelegten Nutzungsdauern entsprechen den erwarteten Nutzungsdauern im Konzern. Das Sachanlagevermögen wird grundsätzlich linear abgeschrieben. Erhaltene Investitionszuschüsse werden nach IAS 20 „Bilanzierung von Zuwendungen der öffentlichen Hand“ berücksichtigt, indem die Anschaffungs- und Herstellungskosten des entsprechenden Vermögenswerts um den Betrag des Zuschusses gekürzt werden.

Bauten und Einbauten auf fremden Grundstücken werden entsprechend der Laufzeit der Mietverträge beziehungsweise einer niedrigeren Nutzungsdauer abgeschrieben.

Die Nutzungsdauern und Abschreibungsmethoden für Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte werden periodisch überprüft, um zu gewährleisten, dass die Abschreibungsmethode und der Abschreibungszeitraum mit dem erwarteten wirtschaftlichen Nutzenverlauf aus den jeweiligen Gegenständen im Einklang stehen.

Immaterielle Vermögenswerte

Immaterielle Vermögenswerte werden aktiviert, wenn es wahrscheinlich ist, dass mit der Nutzung des Vermögenswerts ein zukünftiger wirtschaftlicher Vorteil verbunden ist und die Kosten des Vermögenswerts zuverlässig bestimmt werden können. Erworbene immaterielle Vermögenswerte werden zu Anschaffungskosten bewertet, selbsterstellte immaterielle Vermögenswerte werden zu Herstellungskosten bewertet.

Wenn die Aktivierungsvoraussetzungen des IAS 38 „Immaterielle Vermögenswerte“ kumulativ erfüllt sind, werden Aufwendungen in der Entwicklungsphase für selbsterstellte immaterielle Vermögenswerte zum Zeitpunkt ihrer Entstehung aktiviert. In den Folgeperioden werden selbsterstellte immaterielle Vermögenswerte und erworbene immaterielle Vermögenswerte zu Anschaffungs- oder Herstellungskosten abzüglich kumulierter Abschreibungen und Wertminderungen bewertet. Immaterielle Vermögenswerte mit einer begrenzten Nutzungsdauer werden systematisch linear über ihre Nutzungsdauer abgeschrieben.

Zu den immateriellen Vermögenswerten gehören Software und Lizenzen, Markenrechte sowie zurückerworbene Rechte („reacquired rights“). Immaterielle Vermögenswerte mit unbegrenzter Nutzungsdauer werden einmal jährlich auf Wertminderung geprüft. Wenn der Buchwert des Vermögenswerts nicht mehr erzielbar ist, wird ein Wertminderungsaufwand erfasst.

Wertminderungen von nichtfinanziellen Vermögenswerten

Bei nichtfinanziellen Vermögenswerten (Sachanlagevermögen, Nutzungsrechten aus Leasingverträgen einschließlich immaterieller Vermögenswerte und Geschäfts- oder Firmenwerten) wird an jedem Abschlussstichtag überprüft, ob Anhaltspunkte für eine Wertminderung („triggering events“) vorliegen. Liegen solche Anhaltspunkte vor, wird eine Schätzung des erzielbaren Betrags des jeweiligen Vermögenswerts vorgenommen. Unabhängig davon, ob ein Anhaltspunkt für eine Wertminderung vorliegt, werden immaterielle Vermögenswerte mit unbegrenzter Nutzungsdauer sowie bei einem Unternehmenszusammenschluss erworbene Geschäfts- und Firmenwerte jährlich auf Wertminderung überprüft. Der erzielbare Betrag entspricht dem höheren der beiden Beträge aus dem beizulegenden Zeitwert eines Vermögenswerts abzüglich Kosten der Veräußerung und dem Nutzungswert. Der Nutzungswert entspricht dabei dem Barwert der erwarteten Mittelzuflüsse. Für die Abzinsung der erwarteten Zahlungsströme wird ein gewichteter durchschnittlicher Kapitalkostensatz nach Steuern verwendet, der die Risiken des Vermögenswerts widerspiegelt. Zur Bestimmung des beizulegenden Zeitwerts abzüglich Kosten der Veräußerung werden, falls vorhanden, externe Gutachten berücksichtigt. Sofern kein erzielbarer Betrag für einen einzelnen Vermögenswert ermittelt werden kann, wird der erzielbare Betrag für die kleinste identifizierbare Gruppe von Vermögenswerten (Cash Generating Unit, kurz: CGU) bestimmt, der dem betreffenden Vermögenswert zugeordnet werden kann.

Übersteigt der Buchwert eines Vermögenswerts oder einer CGU den jeweiligen erzielbaren Betrag, wird ein Wertminderungsaufwand sofort erfolgswirksam erfasst. Bei Vorliegen eines Wertminderungsaufwands in einer CGU werden zunächst bestehende Geschäfts- und Firmenwerte abgeschrieben. Der darüber hinausgehende Wertminderungsaufwand reduziert anteilig die verbleibenden langfristigen Vermögenswerte der jeweiligen CGU.

Ergibt sich nach einer vorgenommenen Wertminderung zu einem späteren Zeitpunkt ein höherer erzielbarer Betrag des Vermögenswerts oder der CGU, erfolgt eine Wertaufholung bis maximal zur Höhe des erzielbaren Betrags. Die Wertaufholung ist begrenzt auf den fortgeführten Buchwert, der sich ohne die Wertminderung in der Vergangenheit ergeben hätte. Die vorzunehmende Zuschreibung erfolgt ergebniswirksam. Wertaufholungen von vorgenommenen Wertminderungen auf Geschäfts- und Firmenwerte sind nicht zulässig.

Vorräte

Die Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe sowie die Handelswaren werden grundsätzlich mit den gleitenden durchschnittlichen Anschaffungskosten bewertet. Die unfertigen und fertigen Erzeugnisse werden mit den Herstellungskosten bewertet. Die Herstellungskosten der fertigen Erzeugnisse umfassen neben dem Fertigungsmaterial und den Fertigungslöhnen anteilige Material- und Fertigungsgemeinkosten einschließlich Abschreibungen, soweit sie durch die Fertigung veranlasst sind. Zusätzlich werden produktionsbezogene Kosten der allgemeinen Verwaltung und der Produktentwicklung sowie produktionsbezogene Aufwendungen für soziale Einrichtungen des Betriebs, für freiwillige soziale Leistungen und für die betriebliche Altersvorsorge einbezogen, soweit sie auf den Zeitraum der Herstellung entfallen. Fremdkapitalkosten werden in der Periode als Aufwand erfasst, in der sie angefallen sind, soweit die Kriterien für die Aktivierung nicht erfüllt sind.

Soweit die Anschaffungs- beziehungsweise Herstellungskosten der Vorräte den Wert übersteigen, der sich ausgehend von den realisierbaren Verkaufspreisen abzüglich bis zum Verkauf noch anfallender Kosten ergibt, wird der niedrigere Wert angesetzt.

Leasingverhältnisse

Gemäß IFRS 16 liegt ein Leasingverhältnis vor, wenn dem Leasingnehmer vom Leasinggeber vertraglich das Recht zur Nutzung eines identifizierten Vermögenswertes für einen festgelegten Zeitraum gegen Entgelt übertragen wird.

Nach IFRS 16 weist der Leasingnehmer eine Leasingverbindlichkeit in Höhe des Barwerts der künftigen Leasingzahlungen sowie ein entsprechendes Nutzungsrecht (Right-of-Use-Asset) in der Bilanz aus. Die Leasingzahlungen setzen sich zusammen aus der Summe aller fixen Leasingzahlungen abzüglich Anreizzahlungen für den Vertragsabschluss, variablen Leasingzahlungen, die an einen Index oder (Zins-)Satz gekoppelt sind, und Beträgen, die voraussichtlich im Rahmen von Restwertgarantien entrichtet werden müssen. Mietverlängerungsoptionen sind einzubeziehen, sofern ihre Ausübung hinreichend sicher ist. Auch vertraglich vereinbarte Entschädigungszahlungen bei vorzeitiger Vertragsbeendigung seitens des Leasingnehmers müssen erfasst werden, wenn nicht mit hinreichender Sicherheit von einer Fortsetzung des Vertrages ausgegangen werden kann. Die Leasingraten werden mit dem jeweils dem Leasingvertrag zugrunde liegenden Zinssatz diskontiert. Wenn dieser Zinssatz nicht ohne Weiteres bestimmt werden kann, wird ein Fremdkapitalzinssatz verwendet, der an das landesspezifische Risiko und die Vertragslaufzeit angepasst wird.

Das parallel anzusetzende Nutzungsrecht ist grundsätzlich mit dem Wert der Leasingverbindlichkeit zu aktivieren. Zudem sind bereits geleistete Leasingzahlungen und direkt zurechenbare Kosten mit einzubeziehen. Vom Leasinggeber erhaltene Zahlungen, die mit dem Leasing in Verbindung stehen, sind abzuziehen. Wiederherstellungsverpflichtungen aus Leasingverhältnissen sind bei der Bewertung des Nutzungsrechts ebenfalls zu berücksichtigen. Für die Verpflichtung ist eine Rückstellung zu passivieren. Das Nutzungsrecht wird linear über die Laufzeit des Leasingvertrages abgeschrieben.

Die Abschreibungen des aktivierten Nutzungsrechts werden in der Gewinn-und-Verlust-Rechnung in den jeweiligen Funktionsbereichen erfasst und der Zinsaufwand aus der Aufzinsung der erfassten Leasingverbindlichkeit im Finanzergebnis.

Finanzinstrumente

Ein Finanzinstrument ist ein Vertrag, der gleichzeitig bei einem Unternehmen zur Entstehung eines finanziellen Vermögenswerts und bei einem anderen Unternehmen zur Entstehung einer finanziellen Verbindlichkeit oder eines Eigenkapitalinstruments führt.

Finanzielle Vermögenswerte und finanzielle Verbindlichkeiten werden, soweit für HUGO BOSS derzeit relevant, in folgende Kategorien eingeteilt:

FVTPL

(Fair Value through
Profit or Loss)

Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Vermögenswerte und Verbindlichkeiten.

AC

(Amortized Cost)

Finanzielle Vermögenswerte und Verbindlichkeiten, die mittels der Effektivzinsmethode zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet werden.

FVTOCI

(Fair Value through Other
Comprehensive Income)

Erfolgsneutral im sonstigen Ergebnis zum beizulegenden Zeitwert bewertete Vermögenswerte.

Die Designation der finanziellen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten in die oben genannten Bewertungskategorien erfolgt bei ihrem erstmaligen Ansatz, mit der Ausnahme, dass keine finanziellen Verbindlichkeiten zu FVTOCI klassifiziert werden.

Finanzielle Vermögenswerte

Für finanzielle Vermögenswerte gibt es drei Klassifizierungskategorien: Schuldinstrumente, Eigenkapitalinstrumente und Derivate. Bei Schuldinstrumenten erfolgt die initiale Klassifizierung nach IFRS 9 durch einen zweistufigen Test, bei dem die jeweiligen Zahlungsstrombedingungen sowie das Geschäftsmodell zur Verwaltung finanzieller Vermögenswerte untersucht werden. Dieser Test findet auf Ebene der finanziellen Vermögenswerte statt.

Finanzielle Vermögenswerte werden beim erstmaligen Ansatz zum beizulegenden Zeitwert bewertet, zuzüglich oder abzüglich der direkt zurechenbaren Transaktionskosten, wenn es sich nicht um einen erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewerteten finanziellen Vermögenswert handelt.

Alle marktüblichen Käufe und Verkäufe von finanziellen Vermögenswerten werden am Handelstag, das heißt am Tag, an dem HUGO BOSS die Verpflichtung zum Kauf oder Verkauf der Vermögenswerte eingegangen ist, bilanziell erfasst.

Die in der Bilanz angesetzten beizulegenden Zeitwerte entsprechen in der Regel den Marktpreisen der finanziellen Vermögenswerte. Sofern diese nicht verfügbar sind, werden sie unter Anwendung anerkannter Bewertungsmodelle und unter Rückgriff auf aktuelle Marktparameter berechnet. Zu den Bewertungsmethoden gehören die Verwendung der jüngsten Geschäftsvorfälle zwischen sachverständigen, vertragswilligen und unabhängigen Geschäftspartnern, der Vergleich mit dem aktuellen beizulegenden Zeitwert eines anderen, im Wesentlichen identischen Finanzinstruments, die Analyse von diskontierten Cashflows sowie die Verwendung anderer Bewertungsmodelle.

In der Bilanz angesetzte Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente umfassen den Kassenbestand, Bankguthaben sowie kurzfristige Einlagen mit einer ursprünglichen Laufzeit von weniger als drei Monaten und werden mit den fortgeführten Anschaffungskosten bewertet.

Nach der erstmaligen Erfassung werden die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie sonstige Kredite und Forderungen zu fortgeführten Anschaffungskosten, gegebenenfalls unter Anwendung der Effektivzinsmethode, abzüglich etwaiger Wertminderungen bewertet. Für den Berichtszeitraum werden die erwarteten Verluste aus der vereinfachten Berechnung des „Expected Loss Modell“ gemäß IFRS 9 berücksichtigt. Bestehen weiterhin Zweifel an der Einbringlichkeit, werden die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen mit dem niedrigeren Barwert der geschätzten künftigen Zahlungsströme angesetzt.

HUGO BOSS berechnet und erfasst eine Wertberichtigung nach dem „Expected Loss Modell“ nach IFRS 9 für alle Finanzinstrumente, die nicht als FVTPL klassifiziert sind, mit Ausnahme von Forderungen aus Lieferungen und Leistungen. Der „Expected Credit Loss“ wird in drei Levels unterteilt:

Level 1: Erwarteter Verlust innerhalb der nächsten zwölf Monate.

Dieses Level umfasst alle Verträge, bei denen sich das Ausfallrisiko seit ihrem erstmaligen Ansatz nicht wesentlich erhöht hat. Der Teil der erwarteten Zahlungsausfälle über die gesamte Laufzeit, der erwartete Kreditverluste aufgrund von Ausfallereignissen bei einem Finanzinstrument darstellt, die innerhalb der nächsten zwölf Monate nach dem Abschlussstichtag möglich sind, wird erfasst.

Level 2: Erwarteter Verlust innerhalb der Restlaufzeit – nicht kreditunwürdig.

Hat sich das Ausfallrisiko eines finanziellen Vermögenswerts seit seinem erstmaligen Ansatz signifikant erhöht, ohne dass es bereits zu einer Wertminderung kam, so wird er in Level 2 überführt und mit dem über die gesamte Laufzeit des Finanzinstruments erwarteten Kreditverlust bewertet, der sich aus allen möglichen Ausfallereignissen ergibt.

Level 3: Erwarteter Verlust innerhalb der Restlaufzeit – kreditgefährdet.

Wird ein finanzieller Vermögenswert als kreditgefährdet oder ausgefallen eingestuft, wird er in Level 3 überführt und mit den über die Laufzeit erwarteten Ausfällen bewertet.

HUGO BOSS bestimmt, ob sich das Kreditrisiko eines Finanzinstruments signifikant erhöht hat, indem es verfügbare, angemessene und vertretbare Informationen berücksichtigt, um das Risiko eines Ausfalls am Berichtsstichtag mit dem Risiko eines Ausfalls beim erstmaligen Ansatz des Finanzinstruments zu vergleichen. Zu diesem Zweck werden Credit-Default-Swap-Spreads von Unternehmensanleihen verwendet, um die durchschnittlichen Credit Spreads für jedes Land zu berechnen. Diese durchschnittlichen Credit Spreads dienen dann als länderspezifische Faktoren zur Skalierung der Ausfallwahrscheinlichkeit für verschiedene Märkte, wobei der deutsche Markt als Referenz verwendet wird.

HUGO BOSS verwendet zur Beurteilung, ob sich das Kreditrisiko eines finanziellen Vermögenswertes verändert hat, alle angemessenen und verlässlichen Informationen, die ohne übermäßige Kosten bzw. Aufwand verfügbar sind.

Zu der Kategorie FVTPL gehören finanzielle Vermögenswerte, die andere Zahlungsströme als die Zahlung von Kapital und Zinsen auf den ausstehenden Kapitalbetrag aufweisen mit Ausnahme von Eigenkapitalinstrumenten, die nicht zum FVTPL, sondern auch zum FVTOCI bilanziert werden müssen. Darüber hinaus

werden hier finanzielle Vermögenswerte erfasst, die in einem anderen Geschäftsmodell als „Halten“ oder „Halten und Verkaufen“ gehalten werden. Darüber hinaus werden Derivate, einschließlich eingebetteter, vom Basisvertrag getrennter Derivate, die nicht als Sicherungsinstrumente im Rahmen der Bilanzierung von Sicherungsgeschäften gemäß IFRS 9 eingestuft werden, als FVTPL klassifiziert. Gewinne oder Verluste aus diesen finanziellen Vermögenswerten werden in der Gewinn-und-Verlust-Rechnung erfasst.

Finanzielle Vermögenswerte zu fortgeführten Anschaffungskosten (AC) sind nicht-derivative finanzielle Vermögenswerte mit vertraglichen Zahlungsströmen, die ausschließlich aus Tilgungs- und Zinszahlungen in Höhe des ausstehenden Betrags bestehen und die mit der Absicht gehalten werden, die vertraglichen Zahlungsströme zu vereinnahmen, wie beispielsweise Forderungen aus Lieferungen und Leistungen oder Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente (Geschäftsmodell „Halten“). Nach der erstmaligen Erfassung werden finanzielle Vermögenswerte, die zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet werden, in der Folge zu fortgeführten Anschaffungskosten unter Anwendung der Effektivzinsmethode abzüglich etwaiger Wertberichtigungen ausgewiesen. Gewinne und Verluste werden in der Gewinn-und-Verlust-Rechnung ausgewiesen, wenn die Wertberichtigung für finanzielle Vermögenswerte zu fortgeführten Anschaffungskosten erfasst wird.

HUGO BOSS nimmt eine Wertberichtigung auf Forderungen vor, wenn ein Schuldner vertragliche Zahlungen, die mehr als 90 Tage überfällig sind, nicht begleicht. Sofern eine Wertberichtigung für zweifelhafte Forderungen gebildet wird, führt der Konzern weiterhin Beitreibungsmaßnahmen durch, um den Einzug einer fälligen Forderung zu erwirken. In bestimmten Fällen kann ein Finanzinstrument auch unabhängig davon als ausgefallen betrachtet werden, wenn interne oder externe Informationen darauf hinweisen, dass eine vollständige Vereinnahmung ausstehender Zahlungen als unwahrscheinlich anzusehen ist. Hierbei werden individuelle Abschreibungssätze zwischen 1% und 100% verwendet. Ein finanzieller Vermögenswert wird vollständig abgeschrieben und ausgebucht, wenn keine hinreichende Aussicht auf eine Einziehung besteht. Alle Ausbuchungen müssen netto verbucht werden und gleichzeitig muss der entsprechende Wertberichtigungsbetrag angepasst werden.

Finanzielle Verbindlichkeiten

Finanzielle Verbindlichkeiten umfassen in erster Linie Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen, Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten, Leasingverbindlichkeiten, derivative finanzielle Verbindlichkeiten und sonstige Verbindlichkeiten. Sie werden bei der erstmaligen Erfassung zum beizulegenden Zeitwert bewertet. Dabei werden gegebenenfalls direkt zurechenbare Transaktionskosten berücksichtigt.

Finanzielle Verbindlichkeiten zu fortgeführten Anschaffungskosten (AC) werden im Rahmen der Folgebewertung zu fortgeführten Anschaffungskosten unter Anwendung der Effektivzinsmethode bewertet. Wenn HUGO BOSS Reverse-Factoring-Vereinbarungen eingeht, bei denen Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen eines Lieferanten an einen Finanzintermediär übertragen werden, kann es zu Änderungen in der Darstellung der ursprünglichen Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen kommen. Dies wäre der Fall, wenn sich diese Verbindlichkeiten in ihrer Art und Funktion von anderen Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen unterscheiden würden. Infolgedessen würden diese Verbindlichkeiten gesondert ausgewiesen werden.

Die Kategorie FVTPL umfasst zu Handelszwecken gehaltene finanzielle Verbindlichkeiten. Derivate (einschließlich eingebetteter, vom Basisvertrag getrennter Derivate), die nicht als Absicherungsinstrumente im Rahmen der Bilanzierung von Sicherungsgeschäften verwendet werden, werden als zu Handelszwecken gehalten eingestuft. Gewinne oder Verluste aus zu Handelszwecken gehaltenen Verbindlichkeiten werden in der Gewinn- und-Verlust-Rechnung erfasst.

Derivative Finanzinstrumente und Bilanzierung von Sicherungsgeschäften

Derivative Finanzinstrumente werden bei HUGO BOSS ausschließlich zur Absicherung von finanziellen Risiken eingesetzt, die aus dem operativen Geschäft, der Finanzierungstätigkeit oder dem Liquiditätsmanagement resultieren. Dabei handelt es sich hauptsächlich um Zins- und Währungsrisiken.

Derivative Finanzinstrumente werden bei der erstmaligen Erfassung und an jedem folgenden Berichtstichtag zum beizulegenden Zeitwert bewertet. Derivate werden als Vermögenswerte ausgewiesen, wenn ihr beizulegender Zeitwert positiv ist, und als Verbindlichkeiten, wenn ihr beizulegender Zeitwert negativ ist.

Wenn die Voraussetzungen für die Bilanzierung von Sicherungsbeziehungen nach IFRS 9 erfüllt sind, designiert und dokumentiert HUGO BOSS die Sicherungsbeziehung ab dem Zeitpunkt des Abschlusses eines Derivatgeschäfts als Cashflow-Hedge. Cashflow-Hedges dienen der Absicherung der Schwankungen von ein- oder ausgehenden Zahlungsströmen aus erwarteten Transaktionen oder einer mit hoher Wahrscheinlichkeit eintretenden geplanten Transaktion. Die Dokumentation der Sicherungsbeziehung umfasst die Ziele und die Strategie des Risikomanagements, die Art der Sicherungsbeziehung, die Art des abzusichernden Risikos, die Bestimmung des in Frage kommenden Sicherungsinstruments und des in Frage kommenden Grundgeschäfts sowie eine Beurteilung der Wirksamkeitsanforderungen, die sich aus der risikomindernden wirtschaftlichen Beziehung, dem Fehlen verschlechternder Auswirkungen des Kreditrisikos und dem angemessenen Absicherungsverhältnis ergeben.

Die Absicherungsgeschäfte werden regelmäßig daraufhin überprüft, ob die Wirksamkeitsanforderungen während der Dauer ihrer Bestimmung erfüllt sind. Wenn derivative Finanzinstrumente nicht oder nicht mehr für die Bilanzierung von Sicherungsgeschäften geeignet sind, weil die Kriterien für die Bilanzierung von Sicherungsgeschäften nicht oder nicht mehr erfüllt sind, werden die derivativen Finanzinstrumente als zu Handelszwecken gehalten eingestuft und erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet.

Rückstellungen

Rückstellungen werden gebildet, soweit aus einem vergangenen Ereignis eine gegenwärtige rechtliche oder faktische Verpflichtung gegenüber Dritten besteht, die künftig wahrscheinlich zu einem Vermögensabfluss führt, und sich diese Vermögensbelastung zuverlässig schätzen lässt. Rückstellungen werden zu jedem Bilanzstichtag überprüft und entsprechend der gegenwärtig bestmöglichen Schätzung angepasst. Rückstellungen mit einer Laufzeit von mehr als einem Jahr werden mit risikolosen Zinssätzen abgezinst. Sofern der Zinseffekt wesentlich ist, entspricht der Rückstellungsbetrag dem Barwert der zur Erfüllung der Verpflichtung voraussichtlich notwendigen Ausgaben.

Rückstellungen für Rückbauverpflichtungen

Rückstellungen für Rückbauverpflichtungen im Zusammenhang mit den Einzelhandelsgeschäften des Konzerns werden mit dem Barwert des bestmöglich geschätzten Erfüllungsbetrages passiviert. In gleicher Höhe werden die entsprechenden Vermögenswerte aktiviert und in die Bewertung des entsprechenden Nutzungsrechts einbezogen, das über die Laufzeit des Leasingvertrags abgeschrieben wird.

Pensionsrückstellungen

Die Bewertung der Pensionsrückstellungen bezieht sich auf die Verpflichtung des Konzerns für leistungsorientierte und beitragsorientierte Pläne. IAS 19 schreibt die Anwendung der Methode der laufenden Einmalprämien (Projected Unit Credit Method) für die Bereitstellung von leistungsorientierten Plänen vor, bei der künftige Gehalts- und Rentenanpassungen berücksichtigt werden. Der nach der Projected-Unit-Credit-Methode ermittelte Barwert zum Jahresende wurde dem beizulegenden Zeitwert des Planvermögens in der Rückdeckungsversicherung des Arbeitgebers gegenübergestellt, soweit eine Saldierung zulässig ist („asset ceiling“). Versicherungsmathematische Gewinne und Verluste werden sofort in voller Höhe im sonstigen Ergebnis erfasst. Versicherungsmathematische Gewinne und Verluste werden in den Folgejahren nicht aus dem sonstigen Ergebnis in den Konzerngewinn umgegliedert. Das Gleiche gilt für alle Auswirkungen der Vermögensobergrenze. Die Nettoverzinsung, die sich aus der Multiplikation der Nettopensionsverpflichtung mit dem der Bruttopensionsverpflichtung (DBO) zugrunde liegenden Abzinsungssatz ergibt, wird im Finanzergebnis ausgewiesen. Die Differenz zwischen der tatsächlichen Verzinsung des Planvermögens und der mit dem Abzinsungssatz ermittelten erwarteten Verzinsung des Planvermögens wird gesondert im sonstigen Ergebnis ausgewiesen. Der Dienstzeitaufwand wird unter den jeweiligen Funktionskosten ausgewiesen. Die Beiträge aus beitragsorientierten Versorgungssystemen werden bei Fälligkeit als Aufwand in der Gewinn- und Verlust-Rechnung erfasst.

Anteilsbasierte Vergütungsprogramme

Anteilsbasierte Vergütungsprogramme werden im Einklang mit IFRS 2 bilanziert.

Die anteilsbasierten Vergütungen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente, die Teil des Restricted-Stock-Units-Programms für berechtigte Führungskräfte sind, werden mit dem beizulegenden Zeitwert der Eigenkapitalinstrumente zum Zeitpunkt der Gewährung bewertet. Der am Tag der Gewährung der anteilsbasierten Vergütungen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente ermittelte beizulegende Zeitwert wird linear über den Zeitraum bis zur Unverfallbarkeit als Aufwand verbucht, und zwar auf der Grundlage der von der Gruppe geschätzten Anzahl der Eigenkapitalinstrumente, die schließlich unverfallbar werden. Die Auswirkung der Überarbeitung der ursprünglichen Schätzungen wird gegebenenfalls in der Gewinn- und Verlust-Rechnung erfasst, sodass der kumulierte Aufwand die überarbeitete Schätzung widerspiegelt, wobei die Rücklagen entsprechend angepasst werden. Der sich daraus ergebende Aufwand wird im Personalaufwand und einer entsprechenden Anpassung der anderen Kapitalrücklagen erfasst.

Für anteilsbasierte Vergütungen durch Barzahlung, die Teil des Long-Term-Incentive-Programms (LTI) für Mitglieder des Vorstands und berechtigte Führungskräfte sind, wird ein Optionspreismodell für die Verbindlichkeit verwendet. Zu jedem Berichtszeitpunkt bis zur Begleichung der Verbindlichkeit und zum Zeitpunkt der Begleichung wird der beizulegende Zeitwert der Verbindlichkeit neu bewertet, wobei alle Änderungen des beizulegenden Zeitwerts im Jahresergebnis erfasst werden. Der sich daraus ergebende Aufwand wird im Personalaufwand erfasst und die Verbindlichkeit als Rückstellung für Personalaufwendungen ausgewiesen.

Das anteilsbasierte Programm im Zusammenhang mit der CEO-Investitionsmöglichkeit wird mit dem beizulegenden Zeitwert der Eigenkapitalinstrumente zum Zeitpunkt der Gewährung bewertet.

Eventualverbindlichkeiten und Eventualforderungen

Eventualverbindlichkeiten werden im Abschluss nicht angesetzt. Sie werden im Anhang angegeben, es sei denn, die Möglichkeit eines Abflusses von Ressourcen mit wirtschaftlichem Nutzen ist sehr unwahrscheinlich. Auch Eventualforderungen werden im Abschluss nicht angesetzt. Sie werden im Anhang angegeben, wenn der Zufluss wirtschaftlichen Nutzens wahrscheinlich ist.

Ermessensausübungen und Schätzungen

Bei der Erstellung des Konzernabschlusses werden vom Management Ermessensentscheidungen, Schätzungen und Annahmen getroffen, die sich auf die Höhe der zum Ende der Berichtsperiode ausgewiesenen Erträge, Aufwendungen, Vermögenswerte und Schulden sowie die Angaben von Eventualverbindlichkeiten auswirken. Diese Schätzungen und Ermessensausübungen werden getroffen, um ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns zu vermitteln. Die angewendeten wesentlichen Ermessensausübungen und Schätzungen werden in den jeweiligen Anhangsangaben beschrieben.

HUGO BOSS ist einer Vielzahl von externen Risiken ausgesetzt, die vor allem im Zusammenhang mit gesamtwirtschaftlichen, politischen und gesellschaftlichen Entwicklungen sowie Umwelt- und Gesundheitsaspekten stehen. Vor dem Hintergrund aktueller Risiken wie Inflation, Unterbrechungen der globalen Lieferkette und geopolitischer Risiken beobachtet das Management die aktuelle Entwicklung genau. Angesichts der hohen geopolitischen und makroökonomischen Unsicherheiten findet ein besonders enger Dialog zwischen dem Vorstand, der Unternehmensplanung und -analyse, dem Management der Zentralbereiche und den Tochtergesellschaften des Konzerns statt. Die Unternehmensplanung wird im Laufe des Jahres regelmäßig überprüft und aktualisiert.

Im Geschäftsjahr 2023 überprüfte HUGO BOSS sein Geschäftsmodell in Russland, einschließlich Überlegungen, es in ein Großhandelsgeschäft umzuwandeln. Dementsprechend hat das Unternehmen die entsprechenden Vermögenswerte und Verbindlichkeiten zum 31. März 2023 als zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte und Verbindlichkeiten klassifiziert. Die zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten beziehen sich auf das Segment EMEA. Zum 31. Dezember 2023 hat HUGO BOSS die Folgebewertung der zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten überprüft, woraus sich ein Nettovermögen von 7.576 TEUR ergibt.

Darüber hinaus hat HUGO BOSS die folgenden Schätzungen und Annahmen getroffen:

- Die Vorräte wurden unter Berücksichtigung einer dem aktuellen Geschäftsumfeld angemessenen Risikovorsorge bewertet. Im Geschäftsjahr 2023 berücksichtigte HUGO BOSS die angepasste globale Warenlogik, welche auf die Kundennachfrage in allen Regionen, Kanälen und Marken ausgerichtet ist und auf eine einheitliche globale Einführung der Saisons abzielt. Mit dieser Anpassung wird das Merchandising-Modell neu definiert, was sich im Konzern in der Beurteilung der Werthaltigkeit der Vorräte widerspiegeln muss. Aus diesem Grund hat HUGO BOSS eine Änderung der Schätzung hinsichtlich der Bewertungstechnik für Vorräte vorgenommen. Die verfeinerte Schätzung basiert auf einem saisonalen Ansatz, der einen besseren Abwertungsfaktor widerspiegelt. Der Buchwert der Vorräte als Ergebnis dieser Änderung wird in der Bilanz und in der Gewinn-und-Verlust-Rechnung ausgewiesen.

- Die Werthaltigkeit von Forderungen aus Lieferungen und Leistungen wird durch die Bewertung der nicht überfälligen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen unter Berücksichtigung des erwarteten Ausfallrisikos beurteilt. Darüber hinaus wird der Wert der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen auf der Grundlage der geschätzten Ausfallwahrscheinlichkeit zugewiesen. Die Berechnung des potenziellen Forderungsausfallrisikos basiert auf vergangenen, aktuellen und zukünftigen Ausfallrisiken. Alle Tochtergesellschaften von HUGO BOSS sind verpflichtet, eine Analyse der Altersstruktur ihrer Forderungen aus Lieferungen und Leistungen zu erstellen und einheitliche Regeln, z.B. hinsichtlich der Bonitätsprüfung oder der Behandlung von zweifelhaften Forderungen, zu befolgen.

Erläuterungen zur Konzern-Gewinn-und-Verlust-Rechnung

1 | Umsatzerlöse und Umsatzkosten

Umsatzerlöse

(in TEUR)

	2023	2022
Stationärer Einzelhandel	2.261.757	2.015.999
Stationärer Großhandel	1.033.413	894.985
Digital	797.912	648.243
Lizenzen	104.375	92.151
Gesamt	4.197.459	3.651.378

Weitere Informationen zu den Umsatzerlösen nach Regionen können Textziffer 24 Segmentberichterstattung entnommen werden.

Umsatzkosten

(in TEUR)

	2023	2022
Umsatzkosten gesamt	1.616.606	1.395.052
Anschaffungskosten für bezogene Waren	1.465.536	1.281.714
Davon Materialaufwand	1.391.805	1.249.947
Herstellungskosten für Eigenfertigung	151.070	113.339

Der in den Umsatzkosten enthaltene Materialaufwand umfasst Eingangsfracht- und Zollkosten in Höhe von 258.144 TEUR (2022: 324.587 TEUR).

2 | Vertriebs- und Marketingaufwendungen

(in TEUR)

	2023	2022
Aufwendungen für eigenen Einzelhandel und Vertriebsorganisation	1.250.829	1.122.823
Davon Aufwendungen für den stationären Einzelhandel ¹	870.179	806.643
Marketingaufwendungen	327.724	287.817
Davon Aufwendungen	333.550	294.514
Davon Erträge aus der Weiterberechnung von Marketingaufwendungen	-5.825	-6.697
Aufwendungen für Logistik	166.385	127.866
Gesamt	1.744.938	1.538.506
Davon sonstige Steuern	4.333	3.383

¹ Anpassung des Vorjahreswerts aufgrund einer Änderung der Kostenallokation

Die Aufwendungen für den eigenen Einzelhandel und die Vertriebsorganisation umfassen im Wesentlichen Personalaufwendungen für den Groß- und Einzelhandelsvertrieb sowie Abschreibungen der Nutzungsrechte an Leasingobjekten nach IFRS 16. Zudem sind umsatzabhängige Provisionen, Ausgangsfracht- und Zollkosten, Kreditkartengebühren sowie eine Netto-Wertaufholung auf Vermögenswerte in Höhe von 3.757 TEUR (2022: Netto-Wertminderung von 17.504 TEUR) enthalten. Darüber hinaus beinhaltet diese Position Verluste aus der Ausbuchung von sowie Wertminderungen auf Forderungen aus Lieferungen und Leistungen in Höhe von 4.985 TEUR (2022: 2.315 TEUR).

Die Aufwendungen für Logistik beinhalten im Wesentlichen Personalaufwendungen für die Lagerlogistik, Aufwendungen im Rahmen eines Full-Service Agreement mit einem externen Anbieter sowie Abschreibungen der Nutzungsrechte an Leasingobjekten.

3 | Verwaltungsaufwendungen

(in TEUR)

	2023	2022
Verwaltungsaufwendungen	336.298	301.718
Forschungs- und Entwicklungskosten	89.279	80.683
Davon Personalaufwendungen	63.022	57.028
Davon Abschreibungen	3.235	2.707
Davon sonstige betriebliche Aufwendungen	23.022	20.948
Gesamt	425.577	382.401
Davon sonstige Steuern	3.664	5.084

Der Verwaltungsaufwand besteht überwiegend aus dem Personalaufwand des Funktionsbereichs, Instandhaltungskosten, IT-Betriebskosten, Rechts- und Beratungskosten sowie den Abschreibungen der langfristigen Vermögenswerte.

Aufwendungen für Forschung und Entwicklung fallen schwerpunktmäßig im Rahmen der Kollektionserstellung an.

In den Verwaltungsaufwendungen sind sonstige Erträge in Höhe von 18.915 TEUR (2022: 15.526 TEUR) enthalten. Hiervon sind 6.848 TEUR Auflösungen von Rückstellungen (2022: 3.656 TEUR) sowie Zuwendungen der öffentlichen Hand für das Geschäftsjahr 2023 in Höhe von 191 TEUR (2022: 3.221 TEUR), die erfolgswirksam erfasst wurden.

4 | Finanzergebnis

(in TEUR)

	2023	2022
Zinsen und ähnliche Erträge	978	2.200
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-45.839	-26.079
Zinsergebnis	-44.861	-23.879
Kursgewinne/-verluste aus Forderungen/Verbindlichkeiten	-3.572	-8.141
Ergebnis aus Absicherungsgeschäften	-3.061	-17.401
Sonstige Finanzaufwendungen/-erträge	-1.954	-703
Übrige Finanzposten	-8.587	-26.245
Finanzergebnis	-53.448	-50.123

In den Zinserträgen sind Erträge aus Bankguthaben in Höhe von 896 TEUR (2022: 1.750 TEUR) und sonstige Zinserträge in Höhe von 82 TEUR (2022: 450 TEUR) enthalten.

In den Zinsaufwendungen sind Aufwendungen aus Finanzschulden in Höhe von 13.594 TEUR (2022: 5.883 TEUR) sowie sonstige Zinsaufwendungen in Höhe von 32.245 TEUR (2022: 20.196 TEUR) enthalten. Diese Posten umfassen im Wesentlichen Zinsaufwendungen aus der Abzinsung von Leasingverbindlichkeiten unter Anwendung der Effektivzinsmethode von 29.861 TEUR (2022: 17.973 TEUR). Des Weiteren sind im Wesentlichen der Nettoszinsbetrag aus den Pensionsrückstellungen, Zinsen auf nichtfinanzielle Verbindlichkeiten (wie zum Beispiel Steuerschulden aus Betriebsprüfungen) sowie Zinsaufwendungen aus der Bewertung zum Barwert von sonstigen langfristigen Rückstellungen in Höhe von 2.385 TEUR (2022: 2.223 TEUR) enthalten.

Die Kursgewinne und -verluste aus Forderungen und Verbindlichkeiten enthalten Wechselkursgewinne in Höhe von 80.847 TEUR (2022: 72.233 TEUR) sowie Wechselkursverluste in Höhe von 84.419 TEUR (2022: 80.374 TEUR). Das Ergebnis aus Absicherungsgeschäften beinhaltet Effekte aus der Fair-Value-Bewertung und dem Abgang von Devisentermin- und Devisenswapgeschäften.

5 | Ertragsteuern

(in TEUR)

	2023	2022
Laufende Steuern	60.225	61.148
Latente Steuern	26.874	2.290
Gesamt	87.099	63.438

Die Ertragsteuern beinhalten die Körperschaftsteuer zuzüglich des Solidaritätszuschlags, die Gewerbesteuer der inländischen Konzerngesellschaften sowie die vergleichbaren Ertragsteuern der ausländischen Konzerngesellschaften.

Für die HUGO BOSS AG ermittelt sich ein inländischer Ertragsteuersatz von 29,5 % (2022: 29,5 %). Die Steuersätze im Ausland liegen zwischen 0 % und 34 %.

Im Geschäftsjahr 2023 enthalten die laufenden Ertragsteuern periodenfremde Aufwendungen in Höhe von 3.141 TEUR (2022: 1.182 TEUR) sowie periodenfremde Erträge in Höhe von 8.807 TEUR (2022: 8.443 TEUR) und anrechenbare Quellensteuern von 1.016 TEUR (2022: 3.944 TEUR).

Die folgende Tabelle zeigt eine Überleitungsrechnung vom erwarteten Ertragsteueraufwand, der sich bei Anwendung des aktuellen inländischen Ertragsteuersatzes von 29,5 % (2022: 29,5 %) auf Konzernebene ergeben würde, zum tatsächlich ausgewiesenen Ertragsteueraufwand im Konzern. Der verwendete inländische Ertragsteuersatz berücksichtigt den Körperschaftsteuersatz (inkl. Solidaritätszuschlag) von 15,8 % (2022: 15,8 %) sowie einen Gewerbesteuersatz von 13,7 % (2022: 13,7 %).

(in TEUR)

	2023	2022
Ergebnis vor Ertragsteuern	356.889	285.295
Erwarteter Ertragsteueraufwand	105.431	84.305
Steuereffekte aus permanenten Abweichungen	219	4.827
Steuersatzbedingte Abweichungen	-14.634	-15.275
Davon Auswirkungen Steuersatzänderungen	-176	1
Davon Anpassung des Steuerbetrags an den abweichenden nationalen Steuersatz	-14.458	-15.276
Steuererstattungen/Steuernachzahlungen aus Vorjahren	-6.682	-3.317
Latente Steuereffekte aus Vorjahren	3.707	-485
Veränderung Wertberichtigung auf aktive latente Steuern	-1.887	-2.535
Steuereffekte aus ausschüttungsfähigen Gewinnen von Konzerngesellschaften	0	-2.610
Sonstige Abweichung	945	-1.472
Ausgewiesener Ertragsteueraufwand	87.099	63.438
Ertragsteuerbelastung	24 %	22 %

Die Steuereffekte aus permanenten Abweichungen beziehen sich auf die Verminderung der Ertragsteuerbelastung durch steuerfreie Erträge in Höhe von 3.270 TEUR (2022: 1.058 TEUR), welche teilweise von den gegenläufigen Steuereffekten der nicht abzugsfähigen Betriebsausgaben in Höhe von 3.489 TEUR (2022: 5.885 TEUR) kompensiert werden. Die steuersatzbedingten Abweichungen ergeben sich aus der Ergebnisverteilung und dem Steuersatzgefälle in den unterschiedlichen Ländern. Im Geschäftsjahr 2023 erfolgte eine Neubeurteilung der Werthaltigkeit der aktiven latenten Steueransprüche, soweit von einer Realisierung der Steueransprüche in absehbarer Zeit auszugehen ist. Hieraus resultiert ein Ertrag in Höhe von 1.887 TEUR (2022: 2.535 TEUR).

Im sonstigen Ergebnis ist ein latenter Steuerertrag in Höhe von 1.155 TEUR (2022: 5.976 TEUR Steuerertrag) enthalten. Dieser Betrag resultiert im Geschäftsjahr 2023, wie im Vorjahr, aus der Verrechnung von versicherungsmathematischen Gewinnen/Verlusten aus den Pensionsrückstellungen im Eigenkapital.

Die latenten Steueransprüche und Steuerschulden werden saldiert dargestellt, wenn sie sich auf dieselbe Steuerbehörde und dasselbe Steuersubjekt beziehen. Die Steuerabgrenzungen in der Konzernbilanz sind den folgenden Sachverhalten zuzuordnen:

(in TEUR)

	2023		2022	
	Aktivisch	Passivisch	Aktivisch	Passivisch
Rückstellungen und Verbindlichkeiten	30.430	-4.336	29.285	-3.954
Steuerliche Verlustvorträge	20.945	0	27.064	0
Vorratsbewertung	60.201	-3.266	55.312	-2.935
Ansatz und Bewertung des Anlagevermögens	32.353	-46.559	42.314	-33.760
Forderungsbewertung	4.393	-114	5.770	-161
Finanzverbindlichkeiten und finanzielle Vermögenswerte	14.825	-756	17.011	-523
Gewinnrücklagen von Tochtergesellschaften	0	-1.115	0	-1.115
Sonstige Ansatz- und Bewertungsunterschiede	8.023	-3.497	12.256	-6.265
Nettobetrag	171.170	-59.643	189.012	-48.713
Saldierung	-40.674	40.674	-38.376	38.376
Gesamt	130.496	-18.969	150.636	-10.337

Von den latenten Steueransprüchen sind 57.607 TEUR (2022: 73.177 TEUR) und von den latenten Steuerschulden 49.106 TEUR (2022: 39.133 TEUR) langfristig.

Latente Steuern auf IFRS 16-Bilanzpositionen werden saldiert ausgewiesen. Die aktive latente Steuer auf Leasingverbindlichkeiten beträgt 169.873 TEUR (2022: 168.855 TEUR), die passive latente Steuer auf Nutzungsrechte beträgt 152.439 TEUR (2022: 147.163 TEUR). Nach Saldierung ergibt sich ein latenter Steueranspruch in Höhe von 17.434 TEUR (2022: 21.692 TEUR), der in der obenstehenden Tabelle unter den Finanzverbindlichkeiten und finanziellen Vermögenswerten ausgewiesen ist.

Ausschüttungsfähige Gewinne von ausländischen Tochtergesellschaften sollen in den nächsten Jahren zum Teil nach Deutschland ausgeschüttet werden. Der bei Ausschüttung anfallende deutsche Steueraufwand in Höhe von 865 TEUR (2022: 865 TEUR) wurde als latente Steuer passiviert. Des Weiteren wurden für ausschüttungsfähige Gewinne von Tochtergesellschaften, die an andere Tochtergesellschaften ausschütten, insoweit latente Steuern gebildet, als Quellensteuern für zukünftige Ausschüttungen anfallen. Für diese Quellensteuerbelastungen wurden passive latente Steuern in Höhe von 250 TEUR (2022: 250 TEUR) gebildet.

Weitere passive latente Steuern aufgrund von Differenzen zwischen dem jeweiligen Nettovermögen und dem steuerlichen Anteilsbuchwert bei Tochtergesellschaften in Höhe von 658.365 TEUR (2022: 352.423 TEUR) wurden nicht gebildet, da die darin enthaltenen Gewinne aus heutiger Sicht permanent investiert bleiben sollen. Bei Ausschüttung der Gewinne nach Deutschland wären diese zu 5 % der deutschen Besteuerung zu unterwerfen oder würden gegebenenfalls ausländische Quellensteuern auslösen. Ausschüttungen führen deshalb in der Regel zu einem zusätzlichen Steueraufwand.

Aktive latente Steuern auf Verlustvorträge und abzugsfähige temporäre Differenzen wurden angesetzt, soweit passive latente Steuern vorliegen oder soweit die Unternehmensplanung in den Folgejahren ausreichende Gewinne in Bezug auf dieselbe Steuerbehörde und dasselbe Steuersubjekt ausweist. Der Werthaltigkeitsbeurteilung liegen detaillierte Ergebnisplanungen für alle Konzerneinheiten zugrunde, die im Rahmen des unternehmensweiten Budgetplanungsprozesses unter Berücksichtigung der aktuellen Geschäftslage erstellt und vom Aufsichtsrat genehmigt wurden. Zum Bilanzstichtag waren aktive latente Steuern in Höhe von 23.333 TEUR (2022: 38.702 TEUR) bei Konzerngesellschaften bilanziert, die in der Berichtsperiode oder in Vorperioden Verluste erzielt haben.

Die noch nicht genutzten ertragsteuerlichen Verlustvorträge entfallen auf inländische und ausländische Konzerngesellschaften und betragen:

(in TEUR)		
	2023	2022
Verfallsdatum innerhalb von		
1 Jahr	175	2.838
2 Jahren	9	121
3 Jahren	274	2.413
4 Jahren	5.756	2.427
5 Jahren	13.933	25.117
Mehr als 5 Jahren	4.503	6.673
Unbegrenzt vortragsfähig	108.911	136.148
Gesamt	133.561	175.737

Auf die nicht genutzten steuerlichen Verlustvorträge wurde sowohl zum 31. Dezember 2023 als auch in den vorangegangenen Geschäftsjahren der entsprechende latente Steueranspruch in Höhe von 20.945 TEUR (2022: 27.064 TEUR) gebildet. Im Geschäftsjahr 2023 wurden für Verlustvorträge in Höhe von 49.468 TEUR (2022: 64.465 TEUR) keine latenten Steuern angesetzt.

Das Verfallsdatum dieser Verluste wird wie folgt klassifiziert:

(in TEUR)		
	Geschäftsjahr	Vorjahr
Verfallsdatum		
2024	0	2.766
2025	9	0
2026	9	898
2027	9	0
2028	8	0
Mehr als 5 Jahren	2.783	4.735
Unbegrenzt vortragsfähig	46.650	56.066
Gesamt	49.468	64.465

Ermessensentscheidungen wurden in dem Maße getroffen, dass auf nicht genutzte steuerliche Verlustvorträge latente Steueransprüche erfasst werden, wenn es wahrscheinlich ist, dass künftig zu versteuerndes Einkommen entsteht, mit dem die noch nicht genutzten Verlustvorträge verrechnet werden können. Die Wahrscheinlichkeit der künftigen Nutzbarkeit wird unter Berücksichtigung verschiedener Faktoren, wie zum Beispiel zukünftig zu versteuernder Ergebnisse in den Planperioden, erreichter Ergebnisse der Vergangenheit sowie bereits ergriffener Maßnahmen zur Profitabilitätssteigerung und zur Verfügung stehender Steuerplanungsstrategien, beurteilt. HUGO BOSS geht dabei von einem Planungshorizont von vier Jahren aus. Die tatsächlichen Werte können von den Schätzungen abweichen.

Die Ertragsteuerforderungen betreffen im Wesentlichen Steuervorauszahlungen und Erstattungsansprüche. Diese werden basierend auf vernünftigen Schätzungen gebildet, soweit eine Erstattung durch die Finanzverwaltung auf Basis einschlägiger Rechtsprechung als überwiegend wahrscheinlich eingeschätzt wird. Bei der Beurteilung wird auch auf die Einschätzung lokaler externer Sachverständiger zurückgegriffen.

Seit 2023 wird eine steuerliche Außenprüfung für die Veranlagungszeiträume 2016 bis 2020 bei der HUGO BOSS AG durchgeführt. Auf Grundlage der bisher vorliegenden Erkenntnisse hat die Gesellschaft mögliche steuerliche Risiken identifiziert und entsprechende Rückstellungen gebildet.

HUGO BOSS macht von der Ausnahmeregelung von der Bilanzierung latenter Steuern im Zusammenhang mit Säule-2-Ertragsteuern Gebrauch, die Gegenstand der im Mai 2023 veröffentlichten Änderungen des IAS 12 war.

Gemäß dem Gesetz zur Gewährleistung einer globalen Mindestbesteuerung für multinationale Unternehmensgruppen muss HUGO BOSS je Land eine Zusatzsteuer in Höhe der Differenz zwischen dem GloBE-Effektivsteuersatz und dem Mindeststeuersatz von 15 % entrichten.

Die Auswirkungen der Säule-2-Gesetzgebung werden derzeit intern analysiert. Auf Grundlage der vorläufigen Daten des länderbezogenen Berichts des Geschäftsjahres 2023 wurden zunächst die sogenannten vorübergehenden CbCR-Safe-Harbour-Regelungen angewendet. Demzufolge gehören die Schweiz und die Vereinigten Arabischen Emirate zu den bedeutendsten Ländern des HUGO BOSS Konzerns, in denen eine Zusatzsteuer anfallen könnte. Die zur Ermittlung der potenziellen Auswirkungen herangezogenen Daten sind nicht vollständig repräsentativ für die tatsächlichen Gegebenheiten, die im Erstanwendungsjahr 2024 gelten werden. Zum 31. Dezember 2023 könnten etwa 21 % des Vorsteuerergebnisses des HUGO BOSS Konzerns der Mindeststeuer unterliegen, wobei dieses derzeit mit einem durchschnittlichen effektiven Steuersatz von 12 % besteuert wird. Bei der Ermittlung dieser Angaben wurden nur bestimmte Anpassungen vorgenommen, die bei Anwendung des Mindeststeuergesetzes erforderlich gewesen wären. Beispielsweise wurden der Dividendenkürzungsbetrag und die Zuteilungsvorschrift der einbezogenen Steuern für Betriebsstätten berücksichtigt sowie die Umbewertung der latenten Steuern beachtet.

Aufgrund der Komplexität der Anwendung der Gesetzgebung und der Berechnungsvorschriften sind die quantitativen Auswirkungen des Mindeststeuergesetzes noch nicht zuverlässig abschätzbar. Da nicht alle Anpassungen, die nach der Gesetzgebung erforderlich gewesen wären, vorgenommen wurden, kann die tatsächliche Auswirkung der Säule-2-Regelungen auf die Ergebnisse der Gruppe erheblich abweichen, wenn sie für das am 31. Dezember 2023 endende Geschäftsjahr bereits in Kraft gewesen wären. Darüber hinaus wird davon ausgegangen, dass die derzeit geplanten nationalen Ergänzungssteuern entsprechend eingeführt werden.

Da das Mindeststeuergesetz erstmals für das Geschäftsjahr 2024 anzuwenden ist, ergeben sich keine Auswirkungen auf den tatsächlichen Steueraufwand des Geschäftsjahres 2023. HUGO BOSS prüft weiterhin die Auswirkungen der globalen Mindeststeuer auf die zukünftige Ertragslage.

6 | Ergebnis je Aktie

Weder zum 31. Dezember 2023 noch zum 31. Dezember 2022 standen Aktien aus, die das Ergebnis je Aktie verwässern könnten.

(in TEUR)

	2023	2022
Den Anteilseignern des Mutterunternehmens zuzurechnendes Ergebnis	258.371	209.495
Durchschnittliche Zahl der ausgegebenen Aktien ¹	69.016.167	69.016.167
Ergebnis je Aktie in EUR ²	3,74	3,04

¹ Ohne Berücksichtigung eigener Anteile.

² Verwässertes und unverwässertes Ergebnis je Aktie.

7 | Zusätzliche Angaben zur Konzern-Gewinn-und-Verlust-Rechnung

Personalaufwand

(in TEUR)

	2023	2022
Umsatzkosten	118.757	89.530
Vertriebs- und Marketingaufwendungen	548.001	470.985
Verwaltungsaufwendungen	251.388	233.100
Gesamt	918.146	793.615

(in TEUR)

	2023	2022
Löhne und Gehälter	789.186	679.781
Soziale Abgaben	129.743	110.272
Aufwendungen und Erträge für Altersversorgung und für Unterstützung	–783	3.563
Gesamt	918.146	793.615

Mitarbeiter

Die Mitarbeiterzahlen stellen sich im Jahresdurchschnitt wie folgt dar:

	2023	2022
Gewerbliche Arbeitnehmer	6.249	5.228
Kaufmännische Arbeitnehmer	14.493	12.572
Gesamt	20.742	17.800

Planmäßige Abschreibungen

(in TEUR)

	2023	2022
Umsatzkosten	6.282	5.407
Vertriebs- und Marketingaufwendungen	293.743	280.591
Verwaltungsaufwendungen	45.429	41.523
Gesamt	345.454	327.522

Wertminderungen/Wertaufholungen

(in TEUR)

	2023	2022
Stationärer Einzelhandel	-4.996	-14.005
Immaterielle Vermögenswerte inkl. Geschäfts- oder Firmenwert	0	224
Nutzungsrecht an Leasingobjekten	8.753	-3.724
Gesamt	3.757	-17.504

*Wertminderungen werden negativ (-), Wertaufholungen positiv (+) dargestellt.

Erläuterungen zur Konzernbilanz

8 | Immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen

(in TEUR)

	Brutto- buchwert zum 1. Jan.	Währungs- differenzen	Zugänge	Abgänge	Um- buchungen	Brutto- buchwert zum 31. Dez.	Kumulierte Ab- schreibungen zum 1. Jan.	Währungs- differenzen	Abschrei- bungen	Wert- minderungen	Wertauf- holungen	Abgänge	Um- buchungen	Kumulierte Ab- schreibungen zum 31. Dez.	Netto- buchwert zum 31. Dez.
2023															
Software, Lizenzen und sonstige Rechte	315.556	-976	50.123	-2.467	5	362.241	210.503	-860	29.014	0	0	-2.442	0	236.215	126.026
Markenrechte	14.992	0	0	0	0	14.992	0	0	0	0	0	0	0	0	14.992
Geschäfts- oder Firmenwert	66.667	-1.901	0	0	0	64.766	10.093	-79	0	0	0	0	0	10.014	54.752
Immaterielle Vermögenswerte	397.215	-2.877	50.123	-2.467	5	441.999	220.596	-939	29.014	0	0	-2.442	0	246.229	195.770
Grundstücke und Bauten	299.479	2.463	5.891	-1.866	9.268	315.235	113.825	1.768	10.596	0	0	-1.866	3.604	127.927	187.308
Technische Anlagen und Maschinen	124.739	366	4.623	-391	124	129.461	83.721	341	7.431	0	0	-363	-6	91.124	38.337
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	974.500	-14.595	186.936	-90.742	1.372	1.057.471	757.116	-12.448	88.624	12.242	-7.246	-90.064	-9.206	739.018	318.453
Anlagen im Bau	27.125	-416	50.760	-320	-17.715	59.434	0	0	0	0	0	0	0	0	59.434
Sachanlagen	1.425.843	-12.182	248.210	-93.319	-6.951	1.561.601	954.661	-10.339	106.651	12.242	-7.246	-92.293	-5.608	958.068	603.533
Gesamt	1.823.058	-15.059	298.333	-95.786	-6.946	2.003.600	1.175.257	-11.278	135.665	12.242	-7.246	-94.735	-5.608	1.204.297	799.302
2022															
Software, Lizenzen und sonstige Rechte	283.526	515	38.850	-6.582	-753	315.556	190.843	441	25.908	0	-224	-6.134	-331	210.503	105.053
Markenrechte	14.992	0	0	0	0	14.992	0	0	0	0	0	0	0	0	14.992
Geschäfts- oder Firmenwert	66.034	633	0	0	0	66.667	10.077	16	0	0	0	0	0	10.093	56.574
Immaterielle Vermögenswerte	364.552	1.148	38.850	-6.582	-753	397.215	200.920	457	25.908	0	-224	-6.134	-331	220.596	176.619
Grundstücke und Bauten	293.747	499	3.721	-1.752	3.264	299.479	105.919	225	9.793	118	-479	-1.751	0	113.825	185.654
Technische Anlagen und Maschinen	121.108	204	5.862	-2.842	407	124.739	78.975	194	7.312	0	0	-2.760	0	83.721	41.018
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	892.415	11.256	124.711	-55.396	1.514	974.500	717.046	10.426	71.693	28.492	-14.125	-54.783	-1.633	757.116	217.384
Anlagen im Bau	12.644	-110	18.492	-7	-3.894	27.125	0	0	0	0	0	0	0	0	27.125
Sachanlagen	1.319.913	11.849	152.786	-59.997	1.291	1.425.843	901.940	10.845	88.798	28.610	-14.605	-59.294	-1.633	954.661	471.182
Gesamt	1.684.465	12.997	191.636	-66.579	538	1.823.058	1.102.860	11.302	114.706	28.610	-14.829	-65.428	-1.964	1.175.257	647.801

Software, Lizenzen und sonstige Rechte

Der Posten „Software, Lizenzen und sonstige Rechte“ enthält im Wesentlichen Softwarelizenzen sowie im Rahmen von Kaufpreisallokationen identifizierte immaterielle Vermögenswerte. Die Abschreibungen für diese Posten werden in den Verwaltungsaufwendungen erfasst.

Die immateriellen Vermögensgegenstände enthalten im Wesentlichen Software für das konzernweite ERP System, bestehend aus den Branchenlösungen SAP AFS, SAP Retail und weiteren für den operativen Geschäftsbetrieb notwendigen Softwarelösungen. Der Zugang von 50.123 TEUR (2022: 38.850 TEUR) ergab sich im Wesentlichen aus Investitionen in die Umstellung des konzernweiten ERP-Systems auf SAP S/4HANA sowie Software für den weiteren Ausbau des Onlinehandels. Zudem wurde die Nutzungsdauer für ERP-Softwareprogramme aufgrund längerer Lebenszyklen um zwei Jahre verlängert.

Markenrechte

Die ausgewiesenen Markenrechte in Höhe von 14.992 TEUR (2022: 14.992 TEUR), die als Vermögenswerte mit unbegrenzter Nutzungsdauer klassifiziert sind, entfallen im Wesentlichen auf erworbene Markenrechte zur Nutzung der Markennamen BOSS, HUGO und HUGO BOSS in den USA und Italien. Die unbegrenzte Nutzungsdauer resultiert aus der Einschätzung einer dauerhaften Nutzung der registrierten Markennamen.

Sachanlagen

Im Zusammenhang mit Grundstücken und Gebäuden existieren Grundschulden in Höhe von 27.766 TEUR (2022: 90.089 TEUR).

Auf Sachanlagen wurden Wertminderungen in Höhe von 12.242 TEUR (2022: 28.610 TEUR) und Wertaufholungen in Höhe von 7.246 TEUR (2022: 14.605 TEUR) vorgenommen. Die Wertminderungen und Wertaufholungen entfallen im Wesentlichen auf Sachanlagen für einzelne stationäre Einzelhandelsgeschäfte, die nach Durchführung von Werthaltigkeitstests vorgenommen wurden.

Im Sachanlagevermögen werden Gebäude grundsätzlich über eine Nutzungsdauer von 30 Jahren abgeschrieben, technische Anlagen und Maschinen über eine Nutzungsdauer von 5 bis 19 Jahren, andere Anlagen sowie Betriebs- und Geschäftsausstattung über 2 bis 15 Jahre.

Bestellobligos

Darüber hinaus bestehen Bestellobligos für Investitionen in Höhe von 33.497 TEUR (2022: 2.296 TEUR). Dabei entfallen auf das Sachanlagevermögen 32.831 TEUR (2022: 2.228 TEUR) sowie auf immaterielle Vermögenswerte 666 TEUR (2022: 68 TEUR). Die Verpflichtungen zum 31. Dezember 2023 sind innerhalb eines Jahres fällig.

9 | Leasingverhältnisse

HUGO BOSS hat in wesentlichem Umfang Leasingverträge zur Anmietung von Einzelhandelsgeschäften, Büro- und Lagerflächen. Die Mietverträge haben in der Regel eine Laufzeit zwischen 1 und 30 Jahren. Die Verträge beinhalten teilweise Kauf- und Verlängerungsoptionen. Ermessen übt HUGO BOSS dahingehend aus, dass neben der Grundmietzeit Verlängerungsoptionen in die Ermittlung der Vertragslaufzeit einbezogen werden, wenn die Verlängerung bereits mit dem Vermieter final verhandelt und von beiden Seiten unterschrieben wurde. Hinreichende Sicherheit liegt demnach erst vor, wenn der Vertrag unterschrieben ist. Für Leasingverhältnisse von geringwertigen Vermögenswerten und für kurzfristige Leasingverbindlichkeiten wurde das Wahlrecht zur sofortigen Aufwandserfassung in Anspruch genommen. Ebenso werden Leasingverhältnisse mit variablen Mietzahlungen, für die vertraglich keine Mindestmiete festgelegt ist, unmittelbar als Aufwand erfasst. Eine Bilanzierung von Nutzungsrecht aus Leasingverträgen und Leasingverbindlichkeit für diese Verträge erfolgt demzufolge nicht.

Die Auswirkungen sämtlicher Leasingverhältnisse auf die Bilanz, die Gewinn-und-Verlust-Rechnung sowie die Kapitalflussrechnung stellen sich zum 31. Dezember 2023 wie folgt dar:

Leasingverhältnisse in der Bilanz

Zugänge, Abschreibungen und Veränderungen der Nutzungsrechte aus Leasingverträgen werden wie folgt auf die den Leasingverhältnissen zugrunde liegenden Vermögenswerte zum 31. Dezember 2023 aufgeteilt:

(in TEUR)

	Einzelhandels- geschäfte	Lagerflächen	Verwaltungsgebäude & Sonstiges	Gesamt
Buchwert zum 1. Januar 2023	591.667	39.645	76.886	708.198
Änderungen Konsolidierungskreis	0	0	0	0
Zugänge	226.245	7.603	5.582	239.430
Abschreibungen	-181.957	-10.896	-16.935	-209.788
Wertminderung	-1.452	0	0	-1.452
Wertaufholung	10.205	0	0	10.205
Abgänge	-2.859	-57	-132	-3.048
Umbuchungen	-15.352	0	0	-15.352
Währungsunterschiede	-5.090	-341	-661	-6.092
Buchwert zum 31. Dezember 2023	621.407	35.954	64.740	722.101
Buchwert zum 1. Januar 2022	583.868	39.894	71.330	695.092
Änderungen Konsolidierungskreis	0	0	0	0
Zugänge	191.875	13.817	23.008	228.700
Abschreibungen	-184.823	-10.183	-17.809	-212.815
Wertminderung	-13.433	0	0	-13.433
Wertaufholung	9.709	0	0	9.709
Abgänge	-752	-1.616	-267	-2.635
Umbuchungen	115	-2.616	0	-2.501
Währungsunterschiede	5.108	349	624	6.081
Buchwert zum 31. Dezember 2022	591.667	39.645	76.886	708.198

Fälligkeitsanalyse der Leasingverbindlichkeiten

Folgende Tabelle zeigt die Aufteilung der Leasingverbindlichkeiten nach Fälligkeiten:

(in TEUR)		
	2023	2022
Fällig innerhalb eines Jahres	195.053	215.247
Fällig zwischen einem und fünf Jahren	499.731	482.253
Fällig nach fünf Jahren	193.270	165.061
Gesamt (nicht abgezinst)	888.055	862.561
Zinsaufwendungen	–94.810	–58.343
Gesamt	793.245	804.218

Leasingverhältnisse in der Gewinn-und-Verlust-Rechnung

(in TEUR)		
	2023	2022
IFRS 16 relevante Aufwendungen	–227.575	–230.217
Abschreibungen Nutzungsrechte	–209.789	–212.815
Wertminderungen/Wertaufholungen Nutzungsrechte	8.753	–3.724
Nettoertrag aus Anlageabgängen von Nutzungsrechten	6.486	5.207
Zinsaufwendungen für Leasingverbindlichkeiten	–29.861	–17.973
Nettoertrag/Nettoaufwand aus der Währungsumrechnung von Leasingverbindlichkeiten	–3.165	–912
Nicht IFRS 16 relevante Aufwendungen	–292.454	–250.548
Aufwand aus variablen Leasingzahlungen	–192.213	–174.737
Aufwand für kurzfristige Leasingverhältnisse	–13.356	–5.102
Aufwand für Leasingverhältnisse von geringwertigen Vermögenswerten	–5.488	–4.725
Erträge aus Unterleasingverhältnissen	42	505
Leasingaufwand für Software	–34.534	–23.481
Sonstige Aufwendungen (Servicekosten)	–46.905	–43.008
Gesamtaufwand aus Leasingverhältnissen	–520.029	–480.765

Die Zahlungsmittelabflüsse aus Leasingverbindlichkeiten betrugen im Jahr 2023 543.829 TEUR (2022: 484.408 TEUR), davon betreffen 221.577 TEUR die Tilgung von Leasingverbindlichkeiten (2022: 215.888 TEUR).

Des Weiteren bestanden zum Bilanzstichtag abgegrenzte Mietzahlungen in Höhe von 1.000 TEUR (2022: 2.424 TEUR).

Wesentliche zukünftige nicht bilanzierte Leasingzahlungen mit Fälligkeiten

Die folgenden zukünftigen Leasingzahlungen werden aufgrund der IFRS 16-Vorschriften nicht in die Bewertung der Leasingverbindlichkeiten einbezogen:

(in TEUR)

	Fällig 2024	Fällig 2025–2028	Fällig nach 2028	Gesamt
Variable Leasingzahlungen	223.332	962.368	800.244	1.985.944
Zahlungen aus nicht sicheren Kündigungsoptionen	1.561	18.511	13.751	33.823
Zahlungen aus nicht sicheren Verlängerungsoptionen	7.586	154.243	139.109	300.938
Gesamte Leasingzahlungen	232.479	1.135.122	953.104	2.320.705

Darüber hinaus sind Zahlungen aus kurzfristigen Leasingverhältnissen, Leasingverhältnissen für Software sowie für geringwertige Vermögenswerte zu erwarten, die jedoch aus Sicht von HUGO BOSS unwesentlich sind.

Die Ermittlung der zukünftigen nicht bilanzierten Leasingzahlungen basiert auf Annahmen des Managements zur Laufzeit der Leasingverträge und Höhe der Leasingzahlungen. HUGO BOSS unterstellt bei der Ermittlung der zukünftigen Leasingzahlungen die Restlaufzeit des originären Mietvertrags zuzüglich der einmaligen Ausübung von Verlängerungsoptionen, die nach heutigem Erkenntnisstand noch nicht hinreichend sicher sind. Die zukünftigen variablen Leasingzahlungen werden auf Basis der für die Einzelhandelsgeschäfte (DOS) und Outlets bottom-up geplanten Umsätze für das Jahr 2024 abgeleitet und mit einer flächenbereinigten Wachstumsrate extrapoliert. Zukünftige Zahlungen aus nicht sicheren Verlängerungsoptionen berücksichtigen alle zum 31. Dezember 2023 bestehenden Verträge mit Verlängerungsoption und basieren auf der Annahme von zukünftig gleichbleibenden Mietzahlungen.

10 | Werthaltigkeitstests

Für alle Vermögenswerte im Anwendungsbereich des IAS 36 ist ein Werthaltigkeitstest durchzuführen, sofern zum Abschlussstichtag Anhaltspunkte (sogenannte „triggering events“) für eine Wertminderung vorliegen. Für immaterielle Vermögenswerte mit unbegrenzter Nutzungsdauer sowie für Geschäfts- oder Firmenwerte wird unabhängig von der Existenz solcher Anhaltspunkte eine jährliche Überprüfung der Werthaltigkeit durchgeführt. Klimabedingte Auswirkungen werden als internalisierende externe Faktoren betrachtet.

Planmäßig abgedachtes Sachanlagevermögen und Nutzungsrechte aus Leasingverträgen auf Ebene der konzerneigenen Einzelhandelsgeschäfte

Im HUGO BOSS Konzern wurden die konzerneigenen Einzelhandelsgeschäfte (DOS) als CGU identifiziert, also als kleinste Gruppe von Vermögenswerten, die unabhängig Zahlungsmittelströme erzielen kann.

Die planmäßig abgedachten Vermögenswerte der DOS inklusive der Nutzungsrechte aus Leasingverträgen werden einer Werthaltigkeitsprüfung unterzogen, wenn Indikatoren oder Änderungen der Planannahmen vorliegen, die darauf schließen lassen, dass der Buchwert der Vermögenswerte nicht erzielt werden kann. Hierzu führt HUGO BOSS nach Erstellung der jährlichen Budgetplanung auf Ebene der DOS einen sogenannten Triggering-Event-Test durch. Bei Unterschreiten festgelegter Umsatz- und Profitabilitätskennzahlen im Vergleich zur letzten Planung werden die langfristigen Vermögenswerte der jeweiligen DOS einer Werthaltigkeitsprüfung unterzogen.

Der erzielbare Betrag der DOS wird durch die Ermittlung des Nutzungswerts auf Basis von Discounted-Cashflow-Berechnungen bestimmt. Für die Ermittlung des Nutzungswerts zum Abschlussstichtag wurden die geplanten Zahlungsmittelflüsse für die DOS aus der vom Vorstand verabschiedeten und vom Aufsichtsrat der HUGO BOSS AG genehmigten Budgetplanung verwendet. Des Weiteren werden die Rohertragsmarge der vorgelagerten Einheiten sowie die gemeinschaftlichen Vermögenswerte auf Ebene der Tochtergesellschaft bzw. auf Ebene der DOS berücksichtigt. Der Prognosezeitraum wird auf Basis der individuellen Restlaufzeit der Mietverträge als Leading Asset bestimmt. Im Anschluss an das erste aus der genehmigten Budgetplanung abgeleitete Planjahr werden für die Restnutzungsdauer länderspezifische Umsatz- und Kostenentwicklungen zugrunde gelegt. Die verwendeten Wachstumsraten basieren auf dem erwarteten nominalen Wachstum des Einzelhandels im jeweiligen Markt für das entsprechende Planungsjahr. Für alle DOS ergeben sich Wachstumsraten im niedrigen einstelligen bis hohen einstelligen Prozentbereich. Am Ende der Restnutzungsdauer wird eine Abwicklung des jeweiligen DOS mit einer Veräußerung der operativen Vermögenswerte zum Buchwert unterstellt. Bei der Ermittlung des Nutzungswerts der DOS wurden die Cashflows mit einem gewichteten durchschnittlichen Kapitalkostensatz zwischen 9,2% und 35,5% (2022: zwischen 8,8% und 33,3%) diskontiert. Dabei wurde ein laufzeitäquivalenter risikofreier Zinssatz in Höhe von 2,5% (2022: 2,0%) und eine Marktrisikoprämie in Höhe von 6,5% (2022: 7,0%) zugrunde gelegt. Die berechneten Zinssätze vor Steuern liegen zwischen 12,6% und 48,9% (2022: 10,0% und 43,7%). Bei Vorliegen eines Wertminderungsbedarfs wird dieser anteilig auf die langfristigen Vermögenswerte der CGU allokiert. Dabei darf aber kein Vermögenswert unter dem jeweiligen beizulegenden Zeitwert angesetzt werden. Zu diesem Zweck erfolgt eine separate Ermittlung des beizulegenden Zeitwerts des Nutzungsrechts aus Leasingverträgen. Sofern verfügbar werden Informationen aus tatsächlichen Mietvertragsverlängerungen bzw. Neuabschlüssen für vergleichbare eigene Einzelhandelsgeschäfte zur Ableitung der Marktmiete und somit des beizulegenden Zeitwerts verwendet. Liegen keine internen Daten für vergleichbare Objekte vor, erfolgt die Ableitung der Marktmiete mithilfe von Einschätzungen von externen Immobilienspezialisten für Objekte in vergleichbarer Lage. Entsprechen die Konditionen, zu denen der Mietvertrag abgeschlossen wurde, den aktuellen aus tatsächlichen Mietvertragsabschlüssen oder den Einschätzungen der externen Immobilienspezialisten abgeleiteten Marktkonditionen, wird von einer Werthaltigkeit des Nutzungsrechts aus Leasingverträgen ausgegangen. Übersteigt der beizulegende Zeitwert den ermittelten Nutzungswert, wird der aus der Nutzungswertermittlung der CGU ergebende Wertminderungsaufwand auf die sonstigen langfristigen Vermögenswerte der CGU allokiert.

Die durchgeführten Werthaltigkeitsprüfungen führten im aktuellen Geschäftsjahr zu Wertminderungen von langfristigen Vermögenswerten in Höhe von 13.694 TEUR (2022: 42.043 TEUR), die erfolgswirksam in der Position „Vertriebs- und Marketingkosten“ erfasst wurden. Hiervon entfallen 12.242 TEUR auf Sachanlagevermögen und 1.452 TEUR auf Nutzungsrechte aus Leasingverträgen. Die Wertminderungen entfallen auf alle Regionen.

Im Rahmen einer Wertaufholungsanalyse wird mittels eines zusätzlichen Triggering-Event-Tests überprüft, ob Indikatoren vorliegen, dass in der Vergangenheit wertgeminderte Stores eine Verbesserung der Ertragssituation in der Höhe erzielen konnten, sodass eine Wertaufholung erforderlich war. Für das Geschäftsjahr 2023 wurden Wertaufholungen in Höhe von 17.451 TEUR (2022: 24.538 TEUR) in der Position „Vertriebs- und Marketingaufwendungen“ erfasst. Von diesem Betrag entfielen 7.246 TEUR auf Sachanlagen und 10.205 TEUR auf Nutzungsrechte aus Leasingverträgen. Die Wertaufholungen entfallen auf alle Regionen.

Insgesamt ergab sich im Geschäftsjahr 2023 eine Netto-Wertaufholung von 3.757 TEUR (2022: Netto-Wertminderung von 17.504 TEUR).

Geschäfts- oder Firmenwerte und immaterielle Vermögenswerte mit unbegrenzter Nutzungsdauer

Der Wertminderungsbeurteilung liegen detaillierte Ergebnis-, Bilanz- und Investitionsplanungen für das nächste Jahr für alle Konzerneinheiten zugrunde, die im Rahmen des unternehmensweiten Budgetplanungsprozesses unter Berücksichtigung der aktuellen Geschäftslage vom Vorstand verabschiedet und vom Aufsichtsrat genehmigt wurden. Für das Bewertungsmodell werden die Jahre 1 bis 4 aus der genehmigten Mittelfristplanung der jeweiligen Tochtergesellschaft verwendet, gegebenenfalls bereinigt um zukünftige Erweiterungsinvestitionen wie z. B. Neueröffnungen von Stores. Im Jahr 5 und für den Terminal Value werden die Umsatz- und Kostenentwicklungen mit länderspezifischen Wachstumsraten auf Basis des Jahres 4 extrapoliert. Für die Extrapolation wird das nominale BIP-Wachstum für das jeweilige Land von Oxford Economics verwendet. Die Planung der Investitionen und des kurzfristigen operativen Nettovermögens basiert auf den Budgetplanungsdaten und werden auf Annahmen und Schätzungen des Managements fortgeschrieben. Die anhand eines WACC-Modells für HUGO BOSS ermittelten Kapitalkosten nach Steuern, mit denen sämtliche Cashflow-Prognosen in lokaler Währung diskontiert werden, beinhalten sowohl marktübliche und länderspezifische Risikozuschläge (Länderrisikozuschlag) als auch eine Prämie für das Währungsrisiko (Inflationsrisikozuschlag). Der verwendete Kapitalkostensatz nach Steuern basiert zum 31. Dezember 2023 auf einem risikofreien Zinssatz in Höhe von 2,5 % (2022: 2,0 %) sowie einer Marktrisikoprämie von 6,5 % (2022: 7,0 %).

Folgende Tabelle zeigt die Buchwerte sowie die wesentlichen Annahmen zur Ermittlung des Nutzungswerts beziehungsweise beizulegenden Zeitwerts abzüglich Kosten der Veräußerung für die den jeweiligen Gruppen von CGUs zugeordneten Geschäfts- oder Firmenwerte sowie immateriellen Vermögenswerte mit unbegrenzter Nutzungsdauer. Dabei werden die durch Übernahmen von Monobrand-Stores ehemaliger Franchisepartner in vorangegangenen Geschäftsjahren entstandenen Geschäfts- oder Firmenwerte den jeweiligen Vertriebseinheiten (Gruppe von CGUs) zugeordnet. Produktionseinheiten werden weiterhin als gemeinschaftliche Vermögenswerte betrachtet. Die gemeinsamen Vermögenswerte werden im Rahmen des Werthaltigkeitstests der Vertriebs-einheiten berücksichtigt. Die immateriellen Vermögenswerte mit unbegrenzter Nutzungsdauer werden auf Ebene des jeweiligen Landes zusammengefasst. Die Überprüfung der Werthaltigkeit der Markenrechte für die Nutzung der Markennamen in den Märkten USA und Italien erfolgt auf Länderebene.

(in TEUR)

	Buchwerte		Annahmen	
	Geschäfts- oder Firmenwerte	Immaterielle Vermögenswerte mit unbegrenzter Nutzungsdauer	Gewichtete Gesamtkapitalkosten vor Steuern	Langfristige Wachstumsrate
2023				
Vertriebseinheit Frankreich	1.759	0	11,5 %	2,0 %
Vertriebseinheit Italien	399	1.377	13,8 %	2,0 %
Vertriebseinheit UK	3.205	0	11,5 %	2,0 %
Vertriebseinheit Dubai	11.263	0	11,2 %	2,0 %
Vertriebseinheit Festland China	8.925	0	12,8 %	2,3 %
Vertriebseinheit Macau (China)	6.452	0	12,7 %	1,9 %
Vertriebseinheit Südkorea	6.586	0	11,5 %	2,0 %
Vertriebseinheit Thailand	1.674	0	12,2 %	1,9 %
Vertriebseinheit USA & Kanada	3.204	13.615	11,9 %	2,0 %
Sonstige Vertriebs- & Unternehmenseinheiten	11.284			
Gesamt	54.752	14.992	11,2 %–13,8 %	1,9 %–2,3 %

(in TEUR)

	Buchwerte		Annahmen	
	Geschäfts- oder Firmenwerte	Immaterielle Vermö- genswerte mit unbe- grenzter Nutzungsdauer	Gewichtete Gesamtkapital- kosten vor Steuern	Langfristige Wachstumsrate
2022				
Vertriebseinheit Frankreich	1.759	0	12,4 %	2,0 %
Vertriebseinheit Italien	399	1.377	13,6 %	2,0 %
Vertriebseinheit UK	3.200	0	11,1 %	2,0 %
Vertriebseinheit Dubai	11.461	0	10,5 %	3,3 %
Vertriebseinheit Festland China	9.513	0	12,8 %	2,3 %
Vertriebseinheit Macau (China)	6.669	0	12,2 %	1,9 %
Vertriebseinheit Südkorea	7.025	0	11,8 %	2,0 %
Vertriebseinheit Thailand	1.726	0	11,8 %	1,8 %
Vertriebseinheit USA & Kanada	3.213	13.615	11,8 %	2,0 %
Sonstige Vertriebs- & Unternehmenseinheiten	11.609			
Gesamt	56.574	14.992	10,5 %–13,6 %	1,9 %–3,3 %

Der erzielbare Betrag der jeweiligen Gruppe von CGUs wird mittels eines Nutzungswerts unter Verwendung von Cashflow-Prognosen ermittelt, die auf den vom Vorstand und Aufsichtsrat genehmigten, mittelfristigen Finanzplänen basieren. Restrukturierungsmaßnahmen, zu denen sich der Konzern noch nicht verpflichtet hat, und nicht der laufenden Geschäftstätigkeit zugehörige Investitionen, die die Ertragskraft der getesteten Gruppe von CGUs erhöhen, werden nicht berücksichtigt. Im Anschluss an die Detailplanungsphase werden länderspezifische Umsatzwachstumsraten verwendet, die auf das nominale Retailwachstum abstellen.

Im Geschäftsjahr 2023 sowie im Vorjahr wurde kein Wertminderungsaufwand für den Geschäfts- oder Firmenwert erfasst.

Für die Markenrechte mit unbegrenzter Nutzungsdauer wird neben der Ermittlung des Nutzungswerts auf Ebene der jeweiligen CGU in einem zweiten Schritt der erzielbare Betrag auf Basis des beizulegenden Zeitwerts abzüglich Kosten der Veräußerung auf Level 3 der Bewertungshierarchie nach IFRS 13 ermittelt. Dieser basiert auf einer Umsatzprognose für den jeweiligen Markt, die vom Management im Rahmen des Budgetprozesses verabschiedet und vom Aufsichtsrat genehmigt wurde. Darüber hinaus werden länderspezifische Umsatzwachstumsraten verwendet. Im Anschluss an die fünfjährige Detailplanungsperiode werden die geplanten Umsätze mit einer dem langfristigen nominalen Retailwachstum der jeweiligen Märkte entsprechenden Wachstumsrate extrapoliert.

In den Geschäftsjahren 2023 und 2022 entstand für die Markenrechte mit unbegrenzter Nutzungsdauer kein Wertminderungsaufwand.

Grundannahmen für die Berechnung des Nutzungswerts und des beizulegenden Zeitwerts abzüglich Kosten der Veräußerung

Bei der Bestimmung des Nutzungswerts und des beizulegenden Zeitwerts abzüglich Kosten der Veräußerung für die oben beschriebenen Vermögenswerte sind für folgende zentrale Annahmen Schätzungsunsicherheiten sowie Ermessensentscheidungen des Managements vorhanden:

- EBIT/Konzernergebnis
- Nachhaltiges nominales Retailwachstum
- Marktmietniveau
- Diskontierungssätze
- Geplante Nutzungsdauer der DOS

Annahmen zu Wachstumsraten – den Wachstumsraten liegen grundsätzlich veröffentlichte branchenbezogene Marktforschungsdaten zugrunde, die auf dem länderspezifischen nominalen Retailwachstum basieren. Diese Wachstumsraten wurden insbesondere innerhalb der Detailplanungsphase ab 2025 sowie in der ewigen Rente für die Berechnung des Nutzungswerts verwendet.

Annahmen zu Marktmietniveau – für die Ableitung des beizulegenden Zeitwerts der Nutzungsrechte aus Leasingverträgen werden interne als auch externe Mietvertragsdaten für vergleichbare Objekte verwendet.

Diskontierungssätze – die Diskontierungssätze stellen die aktuellen Markteinschätzungen hinsichtlich der den jeweiligen CGUs zuzuordnenden spezifischen Risiken dar. Hierbei werden der Zinseffekt und die spezifischen Risiken der Vermögenswerte berücksichtigt.

Nutzungsdauer der DOS – der Prognosezeitraum basiert auf den durchschnittlichen Restlaufzeiten der Mietverträge, die jährlich ermittelt und überprüft werden.

Sensitivitäten der getroffenen Annahmen

Zum 31. Dezember 2023 wurden zur Überprüfung der Nutzungswerte Szenarien für kritische Bewertungsparameter wie den verwendeten Diskontierungssatz und die den prognostizierten Cashflows zugrunde liegenden Wachstumsraten ermittelt. In Bezug auf die Wachstumsraten hielt das Management sowohl eine Beschleunigung (Anpassung um +5%) als auch eine Verlangsamung (Anpassung um –5%) der Umsatzentwicklung im Geschäftsjahr 2023 für möglich. Eine Beschleunigung/Erhöhung der Wachstumsraten um 5% würde zu einer Wertaufholung bei den Sachanlagen und Nutzungsrechten aus Leasingverträgen in Höhe von 2.117 TEUR führen. Eine Verlangsamung/Reduzierung der Wachstumsraten um 5% würde zu einem zusätzlichen Wertminderungsbedarf von 2.865 TEUR führen.

Hinsichtlich des Marktmietniveaus geht das Management davon aus, dass eine Anpassung der Marktbedingungen sowohl nach unten als auch nach oben um jeweils 5% denkbar ist. Im Falle einer Verringerung des durchschnittlichen Marktmietniveaus um 5% würde eine zusätzliche Wertminderung der Nutzungsrechte in Höhe von 1.691 TEUR vorgenommen werden. Im Falle eines Anstiegs des Marktmietniveaus um 5% würde eine Wertaufholung der Nutzungsrechte aus Leasingverträgen in Höhe von 22 TEUR erfolgen.

Zur Überprüfung der ermittelten Nutzungswerte der Geschäfts- oder Firmenwerte hält das Management von HUGO BOSS eine Reduzierung der Umsatzentwicklung im Jahr 2024 sowie eine durchschnittliche relative Erhöhung des Diskontierungssatzes um jeweils 10 % für möglich. Darüber hinaus wird für die Gruppen von CGUs, denen ein Geschäfts- oder Firmenwert zugeordnet ist, eine Verlangsamung der relativen Umsatzwachstumsraten zur Extrapolation der Cashflow-Prognosen nach dem Detailplanungszeitraum um 15 % für möglich gehalten.

Bei einer Erhöhung des Diskontierungssatzes um 10 % würden – wie bereits im Vorjahr – die Nutzungswerte aller Geschäfts- oder Firmenwerte die jeweiligen Buchwerte, die nicht vollständig wertgemindert sind, übersteigen.

Wenn die Umsatzentwicklung im Jahr 2024 um 10 % sinken würde, würden die Nutzungswerte aller Geschäfts- und Firmenwerte die jeweiligen Buchwerte übersteigen.

Würde die Umsatzwachstumsrate um 15 % reduziert, um die Cashflow-Prognosen nach dem Detailplanungszeitraum zu extrapolieren, würde der Nutzungswert aller Geschäfts- oder Firmenwerte den Buchwert übersteigen, wie dies bereits im Vorjahr der Fall war.

11 | Finanzielle und sonstige Vermögenswerte

(in TEUR)

	2023			2022		
		Davon kurzfristig	Davon langfristig		Davon kurzfristig	Davon langfristig
Finanzielle Vermögenswerte	80.769	54.132	26.637	67.814	41.341	26.474
Davon Investitionen in Finanzanlagen	4.430	0	4.430	4.430	0	4.430
Steuererstattungsansprüche und Steuervorauszahlungen	33.293	33.293	0	44.534	44.534	0
Andere Vermögenswerte	95.632	93.575	2.057	107.151	105.445	1.706
Gesamt	209.693	180.999	28.694	219.499	191.320	28.180

In den finanziellen Vermögenswerten sind positive Marktwerte aus Währungssicherungsgeschäften in Höhe von 177 TEUR (2022: 622 TEUR) sowie Mietkautionen für konzerneigene Einzelhandelsgeschäfte in Höhe von 15.649 TEUR (2022: 14.479 TEUR) enthalten. In den finanziellen Vermögenswerten sind darüber hinaus Forderungen gegenüber Kreditkartenunternehmen in Höhe von 46.871 TEUR (2022: 32.827 TEUR) enthalten.

Die Steuererstattungsansprüche und Steuervorauszahlungen beziehen sich im Wesentlichen auf Umsatzsteuerforderungen.

In den anderen Vermögenswerten sind im Wesentlichen Vorauszahlungen für Dienstleistungsverträge in Höhe von 37.087 TEUR (2022: 43.355 TEUR), Erstattungsansprüche aus Retouren in Höhe von 26.385 TEUR (2022: 27.824 TEUR) sowie Bonusforderungen aus Lieferantenbeziehungen in Höhe von 1.296 TEUR (2022: 1.304 TEUR) enthalten.

Im Geschäftsjahr 2023 führte HUGO BOSS seine langfristige strategische Partnerschaft mit HeiQ AeonIQ LLC, einer hundertprozentigen Tochtergesellschaft des Schweizer Innovationsunternehmens HeiQ Plc, mit einer im Geschäftsjahr 2022 getätigten Investition in Höhe von 4.430 TEUR fort.

12 | Vorräte

(in TEUR)

	2023	2022
Fertige Erzeugnisse und Waren	993.776	893.489
Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	62.896	70.411
Unfertige Erzeugnisse	9.372	9.659
Gesamt	1.066.044	973.560

Der Buchwert der zum Nettoveräußerungswert angesetzten Vorräte beträgt 191.624 TEUR (2022: 179.525 TEUR, wobei der Vorjahreswert angepasst wurde, um alle Arten von Vorräten, nicht nur fertige Erzeugnisse und Waren, zu berücksichtigen). Aus Auflösungen von Wertberichtigungen ist ein Nettoertrag in Höhe von 35.970 TEUR (2022: 4.268 TEUR) aufgrund einer verbesserten Altersstruktur entstanden. Dieser ist in den Umsatzkosten enthalten.

13 | Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

(in TEUR)

	2023	2022
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, brutto	393.215	272.658
Kumulierte Wertberichtigung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	-17.595	-16.228
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, netto	375.620	256.430

Zum 31. Dezember 2023 stellt sich die Altersstruktur der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen wie folgt dar:

(in TEUR)

	2023	2022
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, netto	375.620	256.430
Davon: nicht überfällig	313.560	202.353
Davon: überfällig	51.271	47.987
≤30 Tage	31.933	35.231
31 bis 60 Tage	15.046	8.079
61 bis 90 Tage	4.292	4.677
91 bis 120 Tage	0	0
121 bis 180 Tage	0	0
181 bis 360 Tage	0	0
>360 Tage	0	0
Davon: wertgemindert	10.788	6.090

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sind nicht verzinslich und haben in der Regel eine Fälligkeit von 30 bis 90 Tagen. Die Entwicklung der Wertminderungen auf zweifelhafte Forderungen stellt sich wie folgt dar:

(in TEUR)

	2023	2022
Stand Wertminderungen 1. Januar	16.228	15.762
Zuführungen	9.388	6.609
Verbrauch	-2.480	-432
Auflösungen	-5.174	-5.764
Währungsdifferenzen	-367	54
Stand Wertminderungen 31. Dezember	17.595	16.228

Im Geschäftsjahr 2023 wurde ein „Expected Credit Loss“ (ECL) nach IFRS 9 auf Basis nicht fälliger Forderungen erfasst. Dieser betrug zum 31. Dezember 2023 3.913 TEUR (2022: 3.195 TEUR). Die Berechnungsgrundlage stellten nicht fällige Forderungen in Höhe von 233.014 TEUR (2022: 150.550 TEUR) dar.

Alle Aufwendungen und Erträge aus Verlusten und Wertminderungen von Forderungen aus Lieferungen und Leistungen werden in den Vertriebs- und Marketingaufwendungen ausgewiesen.

Bei einer Verschlechterung der Finanzlage der Großhandelskunden und Konzessionspartner kann der Umfang der tatsächlich vorzunehmenden Ausbuchungen den Umfang der bereits berücksichtigten Wertberichtigungen übersteigen, was sich nachteilig auf die Ertragslage auswirken kann.

Gemäß den allgemeinen Geschäftsbedingungen geht das Eigentum an den gelieferten Waren erst nach vollständiger Bezahlung sämtlicher Forderungen an die Großhandelspartner über. Sicherheiten für Einzelorderungen bestehen nicht. Forderungen gegen Großhandelskunden, über deren Vermögen ein Insolvenzverfahren eröffnet wurde, werden von Fall zu Fall bewertet und auf den voraussichtlichen Einbringungsbetrag der Forderungen wertberichtigt.

Zum 31. Dezember 2023 unterlagen zum Bilanzstichtag ausgebuchte Forderungen in Höhe von 2.802 TEUR (2022: 2.509 TEUR) noch Beitreibungsmaßnahmen.

Das maximale Kreditrisiko aus Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, das dem Bruttowert entspricht, belief sich zum Bilanzstichtag auf 393.215 TEUR (2022: 272.658 TEUR).

14 | Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente

(in TEUR)

	2023	2022
Guthaben bei Kreditinstituten und andere flüssige Mittel	102.594	134.458
Schecks/ec cash	2.744	2.132
Kassenbestand	12.989	10.812
Gesamt	118.327	147.403

15 | Eigenkapital

Das Eigenkapital setzt sich aus den Positionen gezeichnetes Kapital, eigene Aktien, Kapitalrücklage, andere Kapitalrücklagen, Gewinnrücklagen sowie kumuliertes übriges Eigenkapital zusammen. Die Gewinnrücklagen enthalten neben den in der Vergangenheit von konsolidierten Unternehmen erzielten Ergebnissen auch Effekte aus der Neubewertung der Pensionsrückstellungen. Im kumulierten übrigen Eigenkapital sind die Differenzen aus der erfolgsneutralen Währungsumrechnung von Abschlüssen ausländischer Tochterunternehmen sowie die Effekte aus der erfolgsneutralen Bewertung von Cashflow-Hedges nach Steuern erfasst.

Gezeichnetes Kapital

Das voll eingezahlte Grundkapital der HUGO BOSS AG beträgt unverändert zum 31. Dezember 2023 insgesamt 70.400 TEUR und besteht aus 70.400.000 Stück nennwertlosen Namensstammaktien. Der rechnerische Wert je Aktie beträgt 1,00 EUR.

Genehmigtes Kapital

Der Vorstand der HUGO BOSS AG kann mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis zum 10. Mai 2026 das Grundkapital um bis zu 17.600 TEUR durch Ausgabe von bis zu 17.600.000 neuen, auf den Namen lautenden Stückaktien gegen Bar- und/oder Sacheinlage einmal oder mehrmals erhöhen (Genehmigtes Kapital 2021). Den Aktionären steht grundsätzlich ein Bezugsrecht zu. Der Vorstand ist jedoch ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Bezugsrecht der Aktionäre in den in § 4 Abs. 4 der Satzung genannten Fällen ganz oder teilweise auszuschließen.

Bedingtes Kapital

Durch Beschluss der Hauptversammlung vom 11. Mai 2021 wurde der Vorstand bis zum 10. Mai 2026 ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats einmalig oder mehrmals, auch gleichzeitig in verschiedenen Tranchen auf den Inhaber oder Namen lautende Wandel- und/oder Optionsschuldverschreibungen, Genussrechte und/oder Gewinnschuldverschreibungen (bzw. Kombinationen dieser Instrumente) mit oder ohne Laufzeitbeschränkung im Gesamtnennbetrag von bis zu 750.000 TEUR zu begeben.

In diesem Zusammenhang wurde das Grundkapital um bis zu 17.600 TEUR durch Ausgabe von bis zu 17.600.000 neuen, auf den Namen lautenden Stückaktien bedingt erhöht (Bedingtes Kapital 2021). Die bedingte Kapitalerhöhung wird nur insoweit durchgeführt, wie die Inhaber bzw. Gläubiger von Wandlungs-/Optionsrechten aus den Schuldverschreibungen Gebrauch machen bzw. Wandlungs-/Optionspflichten genügen oder Andienungen von Aktien erfolgen und nicht andere Erfüllungsformen zur Bedienung eingesetzt werden. Der Vorstand hat im Geschäftsjahr 2023 kein Gebrauch von der Ermächtigung gemacht.

Grundsätze des Kapitalmanagements

Zur Steigerung des Unternehmenswerts konzentriert sich der Konzern auf die langfristige Maximierung des Free Cashflows. Ein dauerhaft positiver Free Cashflow soll die finanzielle Unabhängigkeit und jederzeitige Zahlungsfähigkeit von HUGO BOSS sichern. Maßgeblich für die langfristige Verbesserung des Free Cashflows ist dabei die Steigerung von Umsatz und operativem Ergebnis (EBIT). Darüber hinaus unterstützen ein konsequentes Management des kurzfristigen operativen Nettovermögens (Trade Net Working Capital) sowie eine wertorientierte Investitionstätigkeit die Free-Cashflow-Entwicklung. Zur Aufrechterhaltung oder Anpassung der Kapitalstruktur kann der Konzern Anpassungen der Dividendenzahlungen an die Anteilseigner oder eine Kapitalrückzahlung an die Anteilseigner vornehmen oder neue Anteile ausgeben. Dabei verfolgt HUGO BOSS eine ertragsorientierte Dividendenpolitik, die darauf abzielt, die Aktionäre angemessen an der Ergebnisentwicklung des Konzerns zu beteiligen. Die Ausschüttungsquote des Unternehmens soll bis 2025 in einer Bandbreite zwischen 30 % und 50 % des den Aktionären zurechenbaren Nettogewinns liegen (2023: 36 %). Im Einklang mit der Vision, die weltweit führende technologiegetriebene Modeplattform im Premiumbereich zu sein, erwägt das Unternehmen auch strategische Investitionen in den Bereichen Produkt und Marke, Vertrieb und digitale Kompetenz. Im Falle überschüssiger Liquidität zieht HUGO BOSS auch Sonderdividenden und Aktienrückkäufe als mögliche Alternativen in Betracht, um Barmittel an die Aktionäre zurückzugeben. Die Bilanzstruktur wird mindestens einmal jährlich analysiert, um ihre Effizienz und Fähigkeit zur Unterstützung des künftigen Wachstums zu ermitteln und gleichzeitig eine ausreichende Sicherheit für den Fall zu bieten, dass die Geschäftsentwicklung des Unternehmens hinter den Erwartungen zurückbleibt.

HUGO BOSS verfügt über einen revolvingierenden Konsortialkredit in Höhe von 600.000 TEUR, der dem Unternehmen zusätzlichen finanziellen Spielraum für die erfolgreiche Umsetzung von „CLAIM 5“ sichert. Der Kredit kann für allgemeine Unternehmenszwecke in Anspruch genommen werden. Der im November 2021 abgeschlossene Kredit hat eine Laufzeit von drei Jahren und beinhaltet zwei Optionen zur Laufzeitverlängerung um jeweils ein Jahr sowie eine Option zur Erhöhung des Kreditvolumens um bis zu 300.000 TEUR. Beide Optionen zur Laufzeitverlängerung wurden bereits erfolgreich ausgeübt. Der Kreditvertrag enthält eine marktübliche Vereinbarung zur Einhaltung der Finanzkennziffer (Covenant) der Finanzierungsstärke, die als Verhältnis von Nettoverschuldung (inklusive Leasingverbindlichkeiten gemäß IFRS 16) zu EBITDA definiert ist. Zum 31. Dezember 2023 belief sich die Finanzierungsstärke auf 1,3 und lag damit deutlich unter dem maximal zulässigen Höchstwert (31. Dezember 2022: 1,1). Der Konsortialkredit basiert auf variablen Zinssätzen mit anwendbaren Kreditmargen in Abhängigkeit von der externen Bonität und der Erfüllung definierter ESG-Kriterien. Zum Ende des Geschäftsjahres 2023 belief sich die Inanspruchnahme des revolvingierenden Konsortialkredits auf 92.393 TEUR, wovon 9.263 TEUR für Avalkredite in Anspruch genommen wurden (31. Dezember 2022: revolvingierender Konsortialkredit 81.886 TEUR, wovon 21.874 TEUR für Avalkredite in Anspruch genommen wurden).

(in TEUR)

	2023	2022
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten inkl. Leasingverbindlichkeiten	1.124.122	914.097
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-118.327	-147.403
Nettoverschuldung	1.005.795	766.694
Operativer Gewinn vor Abschreibung und Amortisation (EBITDA)	752.034	680.444
Finanzierungsstärke	1,34	1,13

Eigene Aktien

Die Zahl der eigenen Aktien beträgt 1.383.833 Stück (2022: 1.383.833 Stück). Der Gesamtanteil am gezeichneten Kapital beträgt somit 2,0 % (2022: 2,0 %).

In der Hauptversammlung vom 27. Mai 2020 wurde beschlossen, dem Vorstand bis einschließlich 26. Mai 2025 die Ermächtigung zu erteilen, eigene Aktien bis zu einem Anteil von insgesamt höchstens 10 % des derzeitigen Grundkapitals zu erwerben.

16 | Dividende

Ansichts der starken operativen und finanziellen Geschäftsentwicklung im Jahr 2023, der äußerst soliden Finanzlage und des Vertrauens des Managements in die langfristigen Wachstumschancen des Unternehmens beabsichtigen Vorstand und Aufsichtsrat der Hauptversammlung am 14. Mai 2024 eine Dividende von 1,35 EUR je Aktie für das Geschäftsjahr 2023 vorzuschlagen (2022: 1,00 EUR), was einer Steigerung von 35 % gegenüber dem Vorjahr entspricht. Der Vorschlag entspricht einer Ausschüttungsquote von 36 % des auf Anteilseigner entfallenden Konzernergebnisses im Jahr 2023, was der mittelfristigen Zielausschüttungsquote des Unternehmens zwischen 30 % und 50 % entspricht. Sofern die Aktionäre dem Vorschlag zustimmen, wird die Dividende am 17. Mai 2024 ausbezahlt. Basierend auf der Anzahl Ende 2023 ausstehenden Aktien wird die Ausschüttungssumme 93.172 TEUR betragen (2022: 69.016 TEUR).

Im Jahr 2023 wurde für das Geschäftsjahr 2022 eine Dividende in Höhe von 69.016 TEUR für ausstehende Aktien ausgeschüttet (im Jahr 2022 für 2021: 48.311 TEUR). Dies entspricht 1,00 EUR je Aktie für 2022 (2021: 0,70 EUR je Aktie).

17 | Rückstellungen

(in TEUR)

	2023	2022
Pensionsrückstellungen	33.142	27.738
Sonstige langfristige Rückstellungen	75.659	64.157
Langfristige Rückstellungen	108.801	91.895
Kurzfristige Rückstellungen	92.448	122.647
Gesamt	201.249	214.542

Die sonstigen Rückstellungen in Höhe von 168.107 TEUR (2022: 186.804 TEUR) setzen sich aus kurzfristigen Rückstellungen in Höhe von 92.448 TEUR (2022: 122.647 TEUR) und sonstigen langfristigen Rückstellungen in Höhe von 75.659 TEUR (2022: 64.157 TEUR) zusammen. Diese enthalten im Wesentlichen langfristige Rückstellungen für Personalaufwendungen im Zusammenhang mit dem Long-Term-Incentive-Programm (LTI) und nähere Erläuterungen zu LTI sind in Textziffer 18 – Anteilsbasierte Vergütung aufgeführt. Die risikolosen Zinssätze zur Abzinsung der sonstigen langfristigen Rückstellungen liegen zwischen 0,1% und 5,3% (2022: 0,3% bis 4,5%), je nach Laufzeit und Währungsgebiet. Im Geschäftsjahr 2023 haben sich die sonstigen Rückstellungen wie folgt entwickelt:

(in TEUR)

	Stand 1. Jan. 2023	Währungs-und Konsolidierungs- kreisveränderungen	Aufzinsung	Zuführung	Verbrauch	Auflösung	Stand 31. Dez. 2023
Rückstellungen für Personalaufwendungen	115.190	-189	363	77.816	-75.210	-7.093	110.877
Rückbauverpflichtungen	25.881	-327	147	6.291	-3.516	-1.349	27.126
Prozesskosten, schwebende und drohende Rechtsstreite	12.349	-277	0	3.243	-4.094	-2.838	8.383
Rückstellungen für Restrukturierung	4.913	-122	0	437	-3.340	-1.080	808
Übrige sonstige Rückstellungen	28.471	-8	0	3.738	-8.746	-2.542	20.913
Gesamt	186.804	-923	510	91.525	-94.906	-14.902	168.107

Rückstellungen für Personalaufwendungen

Die Rückstellungen für Personalaufwendungen betreffen überwiegend Rückstellungen für kurz- und mittelfristige Tantiemen und Boni, Abfindungsansprüche, Altersteilzeit sowie Überstunden.

Es wird erwartet, dass 47.683 TEUR (2022: 39.049 TEUR) der Personalarückstellungen nach mehr als zwölf Monaten zur Auszahlung kommen.

Rückbauverpflichtungen

Die langfristigen Rückstellungen für Rückbauverpflichtungen fallen im Zusammenhang mit den vom Konzern betriebenen Einzelhandelsgeschäften, Lagerflächen und von Konzerngesellschaften genutzten Büroflächen an. Sie werden auf Grundlage der erwarteten Erfüllungsbeträge sowie der vereinbarten Mietdauern gebildet. Schätzungen werden in Bezug auf die Kosten sowie den tatsächlichen zeitlichen Anfall der Inanspruchnahme vorgenommen.

Rückstellungen für Prozesskosten, schwebende und drohende Rechtsstreite

In den Rückstellungen für Prozesskosten, schwebende und drohende Rechtsstreite sind diverse, einzeln unwesentliche Rechtsstreitigkeiten sowie Prozesskosten zum Schutz der Warenzeichen enthalten. Diese Rückstellungen werden als kurzfristige Rückstellungen klassifiziert.

Übrige sonstige Rückstellungen

Basierend auf Schätzungen werden Rückstellungen für mögliche Auswirkungen rechtlicher Sachverhalte gebildet. Bei der Beurteilung wird auch auf die Einschätzung lokaler externer Sachverständiger wie Anwälte oder Steuerberater zurückgegriffen. Etwaige Unterschiede zwischen der ursprünglichen Einschätzung und dem tatsächlichen Ausgang können in der jeweiligen Periode Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns haben.

18 | Anteilsbasierte Vergütung

Anteilsbasierte Vergütung mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente

Der Restricted Stock Units Plan (RSUP) wurde von HUGO BOSS im Jahr 2022 für Führungskräfte eingeführt, wobei ausgewählten Mitarbeitern Optionen zum Erwerb von Stammaktien von HUGO BOSS gewährt werden. Jede Mitarbeiteraktienoption wird bei Ausübung in eine Stammaktie des Unternehmens umgewandelt. Bei Erhalt der Option werden vom Empfänger keine Beträge gezahlt oder zu zahlen sein. Die Optionen berechtigen weder zum Bezug von Dividenden noch zu Stimmrechten.

Die Optionen können zu einem Preis ausgeübt werden, der dem Börsenkurs der HUGO BOSS Aktien am Tag der Gewährung entspricht. Der Anwartschaftszeitraum beträgt drei Jahre. Die Optionen verfallen, wenn der Mitarbeiter die Gruppe verlässt, bevor die Optionen ausübbar werden.

Die Anzahl der zum 31. Dezember 2023 ausstehenden Aktienoptionen beträgt 159.890 (2022: 153.500). Die Summe der geschätzten beizulegenden Zeitwerte der gewährten Optionen beträgt 7.567 TEUR (2022: 7.264 TEUR). In der nachstehenden Tabelle sind die Inputparameter dargestellt, die für das Binomialmodell zum 1. Juli 2022 herangezogen wurden:

	2023
Aktienkurs zum Zeitpunkt der Gewährung (1. Juli 2022)	EUR 50,36
Erwartete Volatilität	40 %
Erwartete Lebensdauer	3 Jahre
Risikofreier Zinssatz	0,81 %
Erwartete Dividendenrendite	2 %

Die erwartete Volatilität wurde durch Berechnung der historischen Volatilität des Aktienkurses der Gruppe in den letzten vier Jahren ermittelt. Die im Modell verwendete erwartete Laufzeit wurde auf der Grundlage der bestmöglichen Schätzung des Managements um die Auswirkungen der Nichtübertragbarkeit, der Ausübungsbeschränkungen und der Verhaltensüberlegungen bereinigt. Im Falle von Änderungen im Kreis der anspruchsberechtigten Personen erfolgt eine Überprüfung der beizulegenden Zeitwerte.

Die Gruppe erfasste im Jahr 2023 Personalaufwendungen in Höhe von insgesamt 2.526 TEUR (2022: 1.182 TEUR) im Zusammenhang mit aktienbasierten Vergütungstransaktionen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente.

Anteilsbasierte Vergütung mit Barausgleich

Einen Großteil der langfristigen Rückstellungen für Personalaufwendungen bildet das zu Beginn des Geschäftsjahres 2016 implementierte Long-Term-Incentive-Programm (LTI). Dieses Programm dient als langfristige anteilsbasierte Vergütungskomponente für den Vorstand und Führungskräfte der ersten und zweiten Managementebene. Zum 31. Dezember 2023 sind vier Tranchen des LTI-Programms vorhanden:

- LTI-Tranche 2020–2023 (zum 1. Januar 2020 ausgegeben)
- LTI-Tranche 2021–2024 (zum 1. Januar 2021 ausgegeben)
- LTI-Tranche 2022–2025 (zum 1. Januar 2022 ausgegeben)
- LTI-Tranche 2023–2026 (zum 1. Januar 2023 ausgegeben)

Jede Tranche hat eine Gesamtlaufzeit von vier Jahren, die sich in eine Performancelaufzeit von drei Jahren und eine Wartezeit von einem Jahr aufteilt. Zu Beginn der Performancelaufzeit erhalten die Planteilnehmer eine individuelle Anzahl virtueller Aktien, sogenannte „Performance-Shares“ (Initial Grant), die sich wie folgt berechnet:

Individuelles LTI-Budget in EUR/Durchschnittskurs der HUGO BOSS Aktie der letzten drei Monate vor dem Ausgabedatum des Initial Grant

Die Anzahl der zum 31. Dezember 2023 ausgegebenen virtuellen Aktien sowie die Restlaufzeiten der jeweiligen Tranchen sind in folgender Tabelle dargestellt:

LTI-Tranche	Anzahl der ausgegebenen virtuellen Aktien (Initial Grant)	Restlaufzeiten
2020–2023	157.391	0 Jahre
2021–2024	391.917	1 Jahr
2022–2025	221.463	2 Jahre
2023–2026	263.619	3 Jahre

Die Höhe des finalen Auszahlungsanspruchs der Planteilnehmer ist von folgenden Komponenten abhängig:

- (1) individuelle Anzahl von Performance-Shares (Initial Grant).
- (2) Grad der Erreichung vordefinierter Ziele (Komponenten): Relative Total Shareholder Return (RTSR); Return on Capital Employed (ROCE); Grad der Mitarbeiterzufriedenheit; Score im Corporate Sustainability Assessment (CSA)/Dow Jones Sustainability Index (DJSI) über die Performancelaufzeit.
- (3) durchschnittlicher Kurs der HUGO BOSS Aktie über die letzten drei Monate der Wartezeit.

Eine detaillierte Erläuterung der einzelnen Zielkomponenten ist dem Vergütungsbericht als Teil des Geschäftsberichts zu entnehmen.

Die Auszahlung des finalen Anspruchs erfolgt in bar und spätestens sechs Wochen nach der Beschlussfassung der Organe von HUGO BOSS über die Feststellung des Jahresabschlusses der entsprechenden Geschäftsjahre 2023, 2024, 2025 und 2026. Demnach wird die LTI-Tranche 2020–2023 im Geschäftsjahr 2024 zur Auszahlung kommen.

Das Long-Term-Incentive-Programm ist als anteilsbasierte Vergütung mit Barausgleich zu klassifizieren und wird demnach nach den Vorgaben des IFRS 2 bilanziert. Der erwartete Auszahlungsanspruch der Planteilnehmer bildet die Grundlage zur Berechnung einer langfristigen Personalrückstellung, die ratierlich über die Laufzeit der jeweiligen Pläne gebildet und zu jedem Bilanzstichtag neu bewertet wird. Die Bewertung des Anspruchs sowie der Rückstellung erfolgt unter Anwendung einer Monte-Carlo-Simulation unter Berücksichtigung folgender Komponenten:

- (1) erwarteter Grad der Zielerreichung für die einzelnen, oben aufgelisteten Zielkomponenten,
- (2) beizulegende Zeitwerte pro Aktienoption/Performance-Shares (erwarteter Aktienkurs der HUGO BOSS Aktie am Ende der Laufzeit).

Die beizulegenden Zeitwerte der Performance-Shares werden durch einen externen Gutachter mittels eines Optionspreismodells berechnet.

Zum 31. Dezember 2023 bewegten sich die Zeitwerte für die drei Tranchen im Vergleich zum Vorjahr in folgenden Spannen:

LTI-Tranche	Beizulegende Zeitwerte der Aktienoption 2023	Beizulegende Zeitwerte der Aktienoption 2022
2020–2023	EUR 97,38	EUR 75,99
2021–2024	EUR 59,34	EUR 53,53
2022–2025	EUR 91,16	EUR 65,98
2023–2026	EUR 73,86	n.a.

Der Bewertung zum beizulegenden Zeitwert für die jeweiligen Tranchen liegen folgende Parameter zugrunde:

	2023	2022
HUGO BOSS Aktienkurs zum Stichtag in EUR	67,46	54,16
Erwartete Dividendenrendite in %	2,00	2,00
Erwartete Volatilität in %	37,02	38,06
Risikoloser Zinssatz in % (LTI-Tranche 2020–2023)	n.a.	2,23
Risikoloser Zinssatz in % (LTI-Tranche 2021–2024)	3,04	2,38
Risikoloser Zinssatz in % (LTI-Tranche 2022–2025)	2,42	2,34
Risikoloser Zinssatz in % (LTI-Tranche 2023–2026)	2,09	n.a.

Zum 31. Dezember 2023 wurden in diesem Zusammenhang vier Tranchen in Höhe von insgesamt 47.552 TEUR (2022: 28.866 TEUR) passiviert. Insgesamt wurde im Geschäftsjahr 2023 somit ein Gesamtaufwand für anteilsbasierte Vergütung gemäß IFRS 2 von 18.686 TEUR (2022: 5.698 TEUR) in den Personalaufwendungen erfasst.

CEO Investment Opportunity

Während der Beschluss zur Billigung des Vergütungssystems für die Mitglieder des Vorstands auf der Hauptversammlung 2021 mit überwältigender Mehrheit gefasst wurde (Zustimmungsquote: 93,83 %), wurde der Vergütungsbericht 2022 von HUGO BOSS auf der Hauptversammlung 2023 mit einer Mehrheit von 66,37 % beschlossen. Aufsichtsrat und Vorstand führen dieses Votum in erster Linie auf die Existenz der CEO Investment Opportunity zurück, einer Vereinbarung, die zwischen Daniel Grieder und der Familie Marzotto getroffen wurde, bevor Daniel Grieder im Juni 2021 die Funktion des Vorstandsvorsitzenden bei HUGO BOSS übernahm. Gleichzeitig wird dies weder als Kritik an den Grundzügen des Vergütungssystems noch an der Gestaltung des Vergütungsberichts von HUGO BOSS verstanden.

Im Folgenden erläutert HUGO BOSS daher ausführlich die wichtigsten Elemente der CEO Investment Opportunity, die ausdrücklich nicht Bestandteil des Vergütungssystems ist. Der Aufsichtsrat von HUGO BOSS möchte damit die Transparenz und das Verständnis für die CEO Investment Opportunity im Allgemeinen weiter erhöhen und darlegen, warum aus seiner Sicht kein Interessenkonflikt mit anderen Aktionären von HUGO BOSS besteht.

Vergütung durch einen Dritten und damit nicht Teil des Vergütungssystems

Zwischen Daniel Grieder und der Familie Marzotto ist vor Daniel Grieders Amtsantritt die CEO Investment Opportunity vereinbart worden, deren Ziel es ist, einen Anreiz für eine deutliche und nachhaltige Kurssteigerung der HUGO BOSS Aktie zu setzen. Als Vergütung durch einen Dritten ist die CEO Investment Opportunity explizit nicht Teil des Vergütungssystems nach § 87a AktG. Daher ist sie auch nicht in die Maximalvergütung von Daniel Grieder einzubeziehen.

Keine Interessenskonflikte vorhanden

Der Aufsichtsrat hat die Vereinbarung der CEO Investment Opportunity in einer Plenumssitzung am 16. Juni 2020 erörtert und zustimmend zur Kenntnis genommen. Nach Auffassung des Aufsichtsrats bestehen keine Interessenskonflikte im Zusammenhang mit der CEO Investment Opportunity, insbesondere nicht im Hinblick auf andere Aktionäre von HUGO BOSS, da diese direkt an die langfristige Aktienkursentwicklung von HUGO BOSS geknüpft ist. Letztlich profitieren alle Aktionäre von HUGO BOSS von einer nachhaltigen Steigerung des Aktienkurses.

Nachhaltiger Anstieg des Aktienkurses erforderlich

Die CEO Investment Opportunity wurde durch die Gründung eines Investmentvehikels namens ZPG HOLDING S.à.r.l. („ZPG“) umgesetzt. ZPG hat Mitte 2021 625.000 HUGO BOSS Aktien zu einem durchschnittlichen Aktienkurs von 46,40 EUR erworben und wird diese Aktien bis zum Eintritt eines sogenannten Liquiditätsereignisses halten. In diesem Zusammenhang investierte Daniel Grieder insgesamt 1,5 Mio. EUR in Stammaktien der ZPG, der Rest der Investition wurde von der PFC S.r.l. und der Zignago Holding S.P.A., die jeweils von der Familie Marzotto kontrolliert werden, sowie einer Drittfinanzierung durch eine Bank bereitgestellt. Die PFC S.r.l. und die Zignago Holding S.P.A. halten den Rest der Stammaktien sowie bestimmte Vorzugsaktien mit begrenzten wirtschaftlichen Rechten, die den Stammaktien im Rang vorgehen. Liquiditätsereignisse sind die Ausübung einer Call-Option durch ZPG, die Ausübung einer Put-Option durch Daniel Grieder oder der Verkauf der HUGO BOSS Aktien durch ZPG an einen Dritten.

Die Call-Option kann seitens ZPG entweder im Falle des Ausscheidens von Daniel Grieder bei HUGO BOSS oder in einem Zeitraum von 120 Tagen nach dem regulären Ablauf seines Dienstvertrages mit HUGO BOSS ausgeübt werden. Wird die Call Option aus einem von Daniel Grieder zu vertretenden Grund ausgeübt (beispielsweise Kündigung durch Daniel Grieder, die nicht auf einem wichtigen Grund beruht), erhält er den niedrigeren Betrag entweder des beizulegenden Zeitwerts (Marktwerts) seiner ZPG-Anteile oder seines ursprünglichen Investments. Wird die Call-Option ausgeübt, ohne dass Daniel Grieder dazu Anlass gegeben hat (beispielsweise Kündigung durch HUGO BOSS ohne wichtigen Grund), erhält er den Marktwert seiner ZPG-Anteile.

Die Put-Option kann von Daniel Grieder ausgeübt werden, wenn der durchschnittliche Kurs der HUGO BOSS Aktie innerhalb eines Zeitraums von 120 Tagen bestimmte Schwellenwerte überschreitet. Der für die Ausübung der Put-Option erforderliche Mindestkurs beträgt 75,10 EUR, was einer Steigerung von 62% gegenüber dem durchschnittlichen Kaufpreis der HUGO BOSS Aktien (46,40 EUR) entspricht. Die Gegenleistung sowohl im Falle einer Ausübung der Put-Option als auch im Falle einer Veräußerung der HUGO BOSS-Aktien durch ZPG an einen Dritten ist der Marktwert der von Daniel Grieder gehaltenen ZPG-Anteile.

Der Marktwert der ZPG-Anteile von Daniel Grieder ergibt sich aus der Differenz zwischen dem durchschnittlichen Kaufpreis der HUGO BOSS Aktien (46,40 EUR) und dem durchschnittlichen Kurs der HUGO BOSS Aktien während der letzten 120 Tage vor dem Liquiditätsereignis. Liegt der durchschnittliche Aktienkurs von HUGO BOSS in den 120 Tagen vor dem Liquiditätsereignis zwischen 46,40 EUR und 75,00 EUR, erhält Daniel Grieder den investierten Betrag von 1,5 Mio. EUR zurück; liegt der durchschnittliche Aktienkurs in den 120 Tagen vor dem Liquiditätsereignis unter 46,40 EUR, fällt der Betrag je nach Höhe des durchschnittlichen Aktienkurses entsprechend geringer aus. Liegt der durchschnittliche Aktienkurs in den 120 Tagen vor dem Liquiditätsereignis hingegen bei 75,10 EUR oder höher, erhöht sich der Marktwert der ZPG-Anteile von Daniel Grieder in Abhängigkeit von der Kursentwicklung der HUGO BOSS Aktie. Beispielsweise würde ein durchschnittlicher Aktienkurs von 75,10 EUR zu einem Marktwert von 7,1 Mio. EUR führen, ein durchschnittlicher Aktienkurs von 100,00 EUR zu einem Marktwert von 14,8 Mio. EUR und ein durchschnittlicher Aktienkurs von 126,00 EUR zu einem Marktwert von 23,6 Mio. EUR.

Liquiditätsereignis zum 31. Dezember 2023 nicht eingetreten

Zum Ende des Geschäftsjahres 2023 lag der Kurs der HUGO BOSS Aktie bei 67,46 EUR und damit 25% über dem des Vorjahres. Diese Entwicklung ist vor allem auf die starke operative Geschäftsentwicklung im Zuge der erfolgreichen Umsetzung der „CLAIM 5“-Strategie des Unternehmens zurückzuführen. Trotz der starken Geschäftsentwicklung ist zum Ende des Geschäftsjahres 2023 kein Liquiditätsereignis eingetreten, da der Aktienkurs zum 31. Dezember 2023 unter dem für die Ausübung der Put-Option erforderlichen Mindestkurs von 75,10 EUR lag. Dies verdeutlicht den ambitionierten Charakter der CEO Investment Opportunity, der eine nachhaltige und erfolgreiche langfristige Geschäftsentwicklung voraussetzt, die sich wiederum langfristig positiv auf die Aktienkursentwicklung von HUGO BOSS auswirken sollte. Nach Ansicht des Aufsichtsrats besteht selbst nach Erreichen des Mindestkurses weiterhin ein starker Anreiz, die Put-Option nicht unmittelbar auszuüben, da ihr beizulegender Zeitwert mit einem möglichen Anstieg des Aktienkurses weiter steigt.

Zusammenfassend ist der Aufsichtsrat von HUGO BOSS davon überzeugt, dass die CEO Investment Opportunity im Interesse aller Aktionäre von HUGO BOSS liegt, da sie einen zusätzlichen Anreiz für eine konsequente, erfolgreiche und nachhaltige Umsetzung der „CLAIM 5“-Strategie des Unternehmens bietet und damit zum langfristigen Unternehmenserfolg und einer deutlichen Steigerung des Aktienkurses sowie des Shareholder Value beiträgt.

Da der beizulegende Zeitwert zum Zeitpunkt der Gewährung eng mit dem Nennwert der vom CEO erworbenen Co-Investment-Anteile übereinstimmt, entsteht gemäß den Rechnungslegungsvorschriften des IFRS 2 kein Aufwand.

19 | Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen

Pensionsrückstellungen werden für Verpflichtungen aus Anwartschaften und aus laufenden Leistungen an berechnigte aktive und ehemalige Mitarbeiter gebildet. Die zugesagten Leistungen aus den Pensionsplänen hängen insbesondere von der Dienstzugehörigkeit der berechtigten Mitarbeiter ab. Bei der betrieblichen Altersvorsorge wird generell zwischen zwei Arten von Versorgungssystemen unterschieden: dem beitrags- und dem leistungsorientierten Versorgungsplan. Es handelt sich im Wesentlichen um leistungsorientierte Pensionspläne. Wesentliche leistungsorientierte Pensionspläne wurden im abgelaufenen Geschäftsjahr in Deutschland und der Schweiz gewährt. Die Charakteristika dieser Pläne werden im Folgenden beschrieben.

Leistungsorientierte Pensionspläne

Deutschland

In Deutschland bestehen seit dem Geschäftsjahr 2014 ausschließlich unmittelbare Altersversorgungsverpflichtungen. Zudem wird in allgemeine Zusagen und Einzelzusagen unterschieden. Bei den allgemeinen Zusagen ist jeder Mitarbeiter, der vor dem 1. Juli 2012 eingetreten ist, Anwärter auf Leistungen der betrieblichen Altersversorgung. Ausgenommen sind Mitarbeiter, bei denen erst nach Vollendung des 50. Lebensjahres die anrechenbare Dienstzeit beginnen würde oder die in einem befristeten Arbeitsverhältnis stehen. Die Leistungen umfassen ein Ruhegeld als Altersleistung, als vorzeitige Altersleistung oder Invalidenleistung beziehungsweise ein Hinterbliebenengeld als Waisenleistung.

Einzelzusagen bestehen nur gegenüber Vorständen und ehemaligen Vorständen. Die Leistung kann in Form von Ruhegeld als Altersrente oder Invalidenrente und in Form von Hinterbliebenengeld als Witwen- und Waisenrente erfolgen. Alle aktiven Mitglieder des Vorstands haben einzelvertraglich geregelte Pensionszusagen erhalten, deren Höhe sich in Abhängigkeit von der Dauer der Vorstandsbestellung als Prozentsatz der vertraglich vereinbarten rentenfähigen Bezüge bemisst. Als Basis für die Ermittlung der pensionsfähigen Bezüge ist das Grundgehalt gemäß Anstellungsvertrag definiert. Für Vorstandsmitglieder erfolgt dies in Form einer leistungsorientierten Zusage („defined benefit“). HUGO BOSS zahlt jährlich einen Versorgungsbeitrag in einen auf das Leben des Vorstandsmitgliedes abgeschlossenen Rückdeckungsversicherungsvertrag ein. Dieser entspricht 40 % der pensionsfähigen Bezüge, deren Ermittlungsbasis das Grundgehalt gemäß Anstellungsvertrag ist. Diese Form der Pensionszusage findet auch bei zukünftigen Neuberufungen in den Vorstand Anwendung.

Darüber hinaus bietet HUGO BOSS Vorstand und Führungskräften die Möglichkeit an, durch Gehalts-umwandlungen zusätzliche Versorgungsbezüge zu erwerben („Deferred-Compensation-Vereinbarungen“). Diese Zusatzversorgung kann in Form von Ruhestandsbezügen, wahlweise in Form von Berufsunfähigkeitsbezügen und/oder Hinterbliebenenbezügen und/oder in Form einer Kapitalleistung im Todesfall, gewährt werden. Die Versorgungsbezüge werden als monatliche Rente gezahlt, wobei Hinterbliebenenbezüge auch als Einmalkapital gewährt werden können.

Die Finanzierung der betrieblichen Altersversorgung erfolgt für die Einzelzusagen und die „Deferred-Compensation-Vereinbarungen“ in Deutschland über Planvermögen, dem die Rückdeckungsversicherungen als qualifizierte Policen gemäß IAS 19.8 in Verbindung mit IAS 19.113 ff. zugeordnet werden. Die betreffenden Vermögenswerte können als nicht gehandeltes Vermögen klassifiziert werden. Für die allgemeinen Zusagen besteht keine Rückdeckungsversicherung.

Schweiz

Die Durchführung der Personalvorsorge in der Schweiz muss über eine vom Arbeitgeber getrennte Vorsorgeeinrichtung erfolgen. Das Bundesgesetz über die berufliche Vorsorge (BVG) schreibt Minimalleistungen vor. HUGO BOSS führt die berufliche Vorsorge seiner Mitarbeiter gegen die wirtschaftlichen Folgen von Alter, Invalidität und Tod bei einer Sammelstiftung durch. Das Stiftungsvermögen stellt dabei das Planvermögen dar. Der Stiftungsrat der Sammelstiftung ist verantwortlich für die Anlagepolitik des Stiftungsvermögens, das aktuell mehrheitlich in festverzinslichen Wertpapieren wie z. B. Staatsanleihen angelegt ist. Das oberste Organ der Sammelstiftung besteht aus Arbeitgeber- und Arbeitnehmervertretern zu gleicher Zahl. Die Finanzierung der Pläne erfolgt durch Arbeitgeber- und Arbeitnehmerbeiträge, die in Prozent des versicherten Lohnes definiert werden. Die Altersrente ergibt sich aus dem im Pensionierungszeitpunkt vorhandenen Altersguthaben, multipliziert mit den im Reglement festgelegten Umwandlungssätzen. Der Arbeitnehmer hat die Möglichkeit, die Altersleistungen als Kapital zu beziehen. Die Vorsorgeleistungen der Schweizer Pläne umfassen neben den Altersleistungen Invalidenleistungen sowie Leistungen für Hinterbliebene im Todesfall. Die Sammelstiftung kann ihr Finanzierungssystem (Beiträge und zukünftige Leistungen) jederzeit ändern. Zudem kann die Sammelstiftung den Anschlussvertrag mit HUGO BOSS kündigen, sodass sich das Unternehmen einer anderen Vorsorgeeinrichtung anschließen muss. Je nach den Bedingungen des Anschlussvertrags und des aktuellen Teilliquidationsreglements können hierbei eine Unterdeckung sowie Risiken der zunehmenden Lebenserwartung (laufende Renten) mit übertragen werden.

Die Versorgungsverpflichtungen setzen sich wie folgt zusammen:

(in TEUR)

	Barwert der Pensionsverpflichtung (DBO)		Beizulegender Zeitwert des Planvermögens		Nettoschuld	
	2023	2022	2023	2022	2023	2022
Deutschland	92.589	84.888	87.960	83.035	4.629	1.853
Schweiz	58.860	56.453	47.382	46.471	11.478	9.982
Sonstige ¹	17.035	15.903	0	0	17.035	15.903
Gesamt	168.484	157.244	135.342	129.506	33.142	27.738

¹ Weitere leistungsbezogene Pensionspläne bestehen in Frankreich, Italien, Mexiko, Österreich und der Türkei.

Die Höhe der Versorgungsverpflichtungen wurde in Übereinstimmung mit IAS 19 „Leistungen an Arbeitnehmer“ nach versicherungsmathematischen Methoden ermittelt.

Der beizulegende Zeitwert des Planvermögens enthält in Deutschland Vermögenswerte, die über Rückdeckungsversicherungen gehalten werden, sowie in der Schweiz Vermögenswerte, die ausschließlich von Versicherungsgesellschaften gehalten werden.

Unter Berücksichtigung des IAS 19 resultiert folgender Finanzierungsstatus der Pensionszusagen im Geschäftsjahr 2023:

(in TEUR)

	2023	2022
Veränderung des Anwartschaftsbarwerts		
Anwartschaftsbarwert zum 1. Januar	157.244	185.778
Währungsdifferenzen	-1.167	1.977
Dienstzeitaufwand	8.077	5.516
Zinsaufwand	5.603	2.523
Planabgeltungen	-5.796	-1
Neubewertungen		
Versicherungsmathematische Gewinne/Verluste aufgrund der Veränderung finanzieller Annahmen	7.369	-40.799
Versicherungsmathematische Gewinne/Verluste aufgrund der Veränderung demografischer Annahmen	5.392	0
Versicherungsmathematische Gewinne/Verluste aufgrund erfahrungsbedingter Anpassungen	4.294	4.505
Pensionszahlungen	-11.760	-5.697
Beiträge der Teilnehmer des Plans	3.223	5.017
Nachzuverrechnender Dienstzeitaufwand	-2.140	-1.575
Sonstige Veränderungen des Anwartschaftsbarwerts	-1.855	0
Anwartschaftsbarwert zum 31. Dezember	168.484	157.244
Veränderung des Fondsvermögens		
Fondsvermögen zum Zeitwert 1. Januar	129.506	139.462
Währungsdifferenzen	2.906	2.207
Zinserträge Fondsvermögen	3.992	1.479
Erträge Fondsvermögen (ohne Zinserträge)	4.026	-19.051
Planabgeltungen	0	0
Pensionszahlungen	-10.298	-4.295
Beiträge des Arbeitgebers	4.025	4.687
Beiträge der Teilnehmer des Plans	3.223	5.017
Sonstige Veränderungen des Fondsvermögens	-2.038	0
Fondsvermögen zum Zeitwert 31. Dezember	135.342	129.506
Finanzierungsstatus der durch Planvermögen finanzierten Pensionen	33.142	27.738

Zum 31. Dezember 2023 sind 90.693 TEUR (2022: 83.035 TEUR) des Anwartschaftsbarwerts über Rückdeckungsversicherungen und 58.860 TEUR (2022: 56.453 TEUR) über Stiftungsvermögen finanziert, 18.931 TEUR (2022: 17.756 TEUR) entfallen auf Pläne, die nicht über einen Fonds finanziert werden.

Versicherungsmathematische Annahmen zur Ermittlung des Barwerts der Pensionsverpflichtungen zum 31. Dezember 2023

Ermessen wird in dem Maße ausgeübt, dass der Aufwand aus leistungsorientierten Plänen anhand versicherungsmathematischer Berechnungen ermittelt wird. Diese erfolgen auf der Grundlage von Annahmen in Bezug auf Abzinsungssätze, künftige Lohn- und Gehaltssteigerungen, Sterblichkeit und künftige Rentensteigerungen. Die angesetzten Abzinsungssätze basieren auf den Renditen für erstrangige festverzinsliche Unternehmensanleihen.

Folgende Prämissen wurden zugrunde gelegt:

Parameter	2023	2022
Rechnungszins		
Deutschland	3,75 %	4,20 %
Schweiz	1,40 %	2,25 %
Rententrend		
Deutschland	2,50 %	2,50 %
Schweiz	0,00 %	0,00 %
Gehaltssteigerungstrend		
Deutschland	3,00 %	3,00 %
Schweiz	3,00 %	3,00 %

Die deutschen Pensionszusagen werden unter Berücksichtigung der biometrischen Rechnungsgrundlagen gemäß den „Richttafeln 2018 G“ von Prof. Dr. Klaus Heubeck ermittelt. Für die Verpflichtungen der Schweizer Gesellschaften werden die 2020 BVG Mortality Tables verwendet.

Sensitivitätsanalyse signifikanter versicherungsmathematischer Annahmen

Im Zusammenhang mit den genannten leistungsorientierten Versorgungsplänen ist HUGO BOSS speziellen Risiken ausgesetzt. Der Finanzierungsstatus der Pensionsverpflichtungen wird sowohl durch eine Veränderung des Anwartschaftsbarwerts als auch durch eine Veränderung des Zeitwerts des Fondsvermögens beeinflusst. Diese werden mithilfe versicherungsmathematischer Berechnungen ermittelt, denen Annahmen in Bezug auf Abzinsungssätze, künftige Rentensteigerungen, künftige Lohn- und Gehaltssteigerungen sowie Sterblichkeit zugrunde liegen. Zukünftige Abweichungen der tatsächlichen Bedingungen von den zugrunde liegenden Annahmen können zu einem Anstieg oder Rückgang des Anwartschaftsbarwerts oder des Zeitwerts des Fondsvermögens führen.

Außerdem können zukünftige Änderungen in den Rechnungslegungsstandards zur Bilanzierung von Pensionsverpflichtungen Auswirkungen auf die relevanten Positionen der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage haben.

Eine Veränderung der signifikanten versicherungsmathematischen Parameter um die unten aufgeführten Variationen führt zu den in der folgenden Tabelle aufgeführten Effekten auf den Barwert der Pensionsverpflichtungen zum 31. Dezember 2023.

Bei der Durchführung der Sensitivitätsanalyse wurde jeder Parameter nur isoliert und nicht im Verbund mit weiteren Annahmen variiert, sodass Abhängigkeiten der Parameter untereinander ausgeschlossen sind. Zudem wurden lediglich Bandbreiten ausgewählt, von denen realistischerweise bis zur Erstellung des nächsten Konzernabschlusses ausgegangen werden kann.

(in TEUR)

Barwertveränderung der Pensionsverpflichtung	2023	2022
Rechnungszins 31. Dezember		
Erhöhung um 75 Basispunkte	-14.166	-13.085
Abnahme um 75 Basispunkte	16.990	15.108
Rententrend 31. Dezember		
Erhöhung um 25 Basispunkte	3.872	3.580
Abnahme um 25 Basispunkte	-2.452	-2.326
Gehaltssteigerungstrend 31. Dezember		
Erhöhung um 50 Basispunkte	1.275	1.138
Abnahme um 50 Basispunkte	-1.174	-1.013
Lebenserwartung 31. Dezember		
Erhöhung um 10 Prozent	-4.077	-3.699
Abnahme um 10 Prozent	4.018	4.003

Zusammensetzung der Pensionsaufwendungen der Periode

Die Pensionsaufwendungen der Periode setzen sich wie folgt zusammen:

(in TEUR)

	2023	2022
Dienstzeitaufwand der Periode	8.077	5.516
Nachzuverrechnender Dienstzeitaufwand	-2.140	-1.575
Nettozinsaufwand	1.611	1.044
In der Konzern-Gewinn-und-Verlust-Rechnung erfasste Pensionsaufwendungen	7.548	4.985
Aufwand aus Fondsvermögen (ohne Zinseffekt aus Fondsvermögen)	-4.026	19.051
Erfasste versicherungsmathematische (Gewinne)/Verluste	17.055	-36.294
In der Konzerngesamtergebnisrechnung erfasste Neubewertungen	13.029	-17.243

Der Nettozinsaufwand berechnet sich durch Multiplikation der Nettopensionsverpflichtung mit dem Diskontierungssatz, der der Bewertung der Bruttopensionsverpflichtung (DBO) zugrunde liegt.

Für Zusagen aus einer Entgeltumwandlung fällt nur im Jahr der Umwandlung laufender Dienstzeitaufwand an. Eine weitere Arbeitsleistung führt nicht zu einer Erhöhung der zugesagten Leistungen.

Für das Geschäftsjahr 2023 rechnet der Konzern mit Beiträgen des Arbeitgebers zum Fondsvermögen von 5.540 TEUR (2022: 4.754 TEUR).

Duration

Zum 31. Dezember 2023 lag die Duration der leistungsorientierten Pläne für Deutschland bei 14 Jahren (2022: 14 Jahre) und für die Schweiz bei 14 Jahren (2022: 15 Jahre).

Beitragsorientierte Pensionspläne

Die Arbeitgeberbeiträge zu beitragsorientierten Pensionsplänen betrugen im Geschäftsjahr 2023 insgesamt 32.793 TEUR (2022: 27.717 TEUR) und werden als Personalaufwand ausgewiesen. Wesentliche beitragsorientierte Pläne bestehen bei HUGO BOSS in Deutschland. Sie enthalten die Beiträge zur gesetzlichen Rentenversicherung sowie den Arbeitgeberbeitrag zur Firmendirektversicherung in Deutschland.

20 | Finanzverbindlichkeiten

Unter den Finanzverbindlichkeiten werden alle verzinslichen und unverzinslichen Verpflichtungen ausgewiesen, die zum jeweiligen Bilanzstichtag bestanden. Sie setzen sich wie folgt zusammen:

(in TEUR)

	2023	Davon Restlaufzeit unter einem Jahr	2022	Davon Restlaufzeit unter einem Jahr
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	330.877	14.449	109.880	21.348
Leasingverbindlichkeiten	793.245	169.010	804.218	199.290
Sonstige Finanzverbindlichkeiten	9.272	9.272	11.821	11.459
Davon: nicht IFRS 16 relevante Mietverpflichtungen für den konzerneigenen Einzelhandel	8.802	8.802	9.594	9.594
Gesamt	1.133.394	192.732	925.918	232.097

In den sonstigen Finanzverbindlichkeiten sind negative Marktwerte aus derivativen Finanzinstrumenten in Höhe von 727 TEUR (2022: 1.866 TEUR) enthalten.

Die nachfolgende Tabelle enthält die Laufzeiten und Konditionen der Finanzverbindlichkeiten:

Restlaufzeit	2023		2022	
	Gewogener Durchschnittszinssatz	Buchwert in TEUR	Gewogener Durchschnittszinssatz	Buchwert in TEUR
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten				
Bis zu 1 Jahr	4,11 %	14.449	5,59 %	21.348
1 bis 5 Jahre	4,07 %	316.428	5,17 %	88.532
Mehr als 5 Jahre	0,00 %	0	0,00 %	0
Sonstige Finanzverbindlichkeiten				
Bis zu 1 Jahr	0,00 %	9.272	0,05 %	11.459
1 bis 5 Jahre	0,00 %	0	5,77 %	361
Mehr als 5 Jahre	0,00 %	0	0,0 %	0

HUGO BOSS steht ein revolvingender Konsortialkredit in Höhe von 600.000 TEUR zur Verfügung, der finanziellen Spielraum für die erfolgreiche Umsetzung der Unternehmensstrategie „CLAIM 5“ bietet. Der Kredit kann für allgemeine Unternehmenszwecke in Anspruch genommen werden. Der im November 2021 abgeschlossene Kredit hat eine Laufzeit von drei Jahren und beinhaltet zwei Optionen zur Laufzeitverlängerung um jeweils ein Jahr sowie eine Option zur Erhöhung des Kreditvolumens um bis zu 300.000 TEUR. Beide Verlängerungsoptionen wurden bereits erfolgreich ausgeübt.

Zum Ende des Geschäftsjahres 2023 belief sich die Inanspruchnahme des revolvingenden Konsortialkredits auf 92.393 TEUR, wovon 9.263 TEUR für Avalkredite in Anspruch genommen wurden (31. Dezember 2022: revolvingender Konsortialkredit 81.886 TEUR, wovon 21.874 TEUR für Avalkredite in Anspruch genommen wurden).

Im Oktober 2023 wurde ein Schuldscheindarlehen zum Erfüllungswert von 175.000 TEUR angesetzt. Es ist in vier Tranchen mit unterschiedlichen Laufzeiten sowie variablen und festen Coupons aufgeteilt:

- zwei Tranchen mit einem Gesamtbetrag von 87.500 TEUR mit Fälligkeit im Oktober 2026 und
- zwei Tranchen mit einem Gesamtbetrag von 87.500 TEUR mit Fälligkeit im Oktober 2028.

Die Mittel werden für allgemeine Unternehmenszwecke verwendet. Im Zusammenhang mit der Aufnahme des Schuldscheindarlehens sind direkt zurechenbare Transaktionskosten in Höhe von 451 TEUR entstanden. Diese wurden beim erstmaligen Ansatz vom beizulegenden Zeitwert abgezogen und werden in den Folgeperioden als Aufwand erfasst.

In der nachfolgenden Tabelle sind die vertraglich vereinbarten undiskontierten Zahlungsströme der originären finanziellen Verbindlichkeiten sowie der derivativen Finanzinstrumente mit negativen beizulegenden Zeitwerten dargestellt:

(in TEUR)

2023	Erwartete Zahlungsflüsse				
	Buchwert	Summe Cashflows	<1 Jahr	1–5 Jahre	>5 Jahre
Originäre finanzielle Verbindlichkeiten					
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	330.877	301.210	8.299	292.911	0
Leasingverbindlichkeiten	793.245	888.055	195.053	499.731	193.270
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	8.545	8.545	8.545	0	0
Derivative finanzielle Verbindlichkeiten					
Derivate ohne Hedge-Beziehung	727	727	727	0	0
Derivate mit Hedge-Beziehung	0	0	0	0	0
Gesamt	1.133.394	1.198.537	212.624	792.642	193.270
2022					
Originäre finanzielle Verbindlichkeiten					
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	109.880	88.198	29.503	58.696	0
Leasingverbindlichkeiten	804.218	862.561	215.247	482.253	165.061
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	9.955	9.955	9.594	361	0
Derivative finanzielle Verbindlichkeiten					
Derivate ohne Hedge-Beziehung	1.866	1.866	1.866	0	0
Derivate mit Hedge-Beziehung	0	0	0	0	0
Gesamt	925.918	962.580	256.209	541.310	165.061

21 | Sonstige Schulden

(in TEUR)

	2023			2022		
	Gesamt	Davon kurzfristig	Davon langfristig	Gesamt	Davon kurzfristig	Davon langfristig
Sonstige Schulden	208.881	206.569	2.313	202.855	201.152	1.703
Davon aus Steuern	65.237	65.237	0	78.052	78.052	0
Davon im Rahmen der sozialen Sicherheit, Urlaubsansprüche, Löhne und Gehälter	56.114	56.114	0	36.810	36.810	0
Davon Verpflichtungen aus Rückgaberechten	47.305	47.305	0	48.177	48.177	0

Die Verpflichtungen aus Rückgaberechten werden auf Basis historischer Retourenquoten berechnet.

22 | Zusätzliche Angaben zu Finanzinstrumenten

Buchwerte und beizulegende Zeitwerte nach Kategorien von Finanzinstrumenten

(in TEUR)

		2023		2022	
	Bewertungs- kategorie nach IFRS 9	Buchwert	Beizulegender Zeitwert	Buchwert	Beizulegender Zeitwert
Aktiva					
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	AC	118.327	118.327	147.403	147.403
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	AC	375.620	375.620	256.430	256.430
Finanzielle Vermögenswerte		80.768	80.768	67.814	67.814
Davon:					
Investitionen in Finanzanlagen	FVTPL	4.430	4.430	4.430	4.430
Derivate ohne Hedge-Beziehung	FVTPL	177	177	329	329
Derivate mit Hedge-Beziehung	Hedge Accounting	0	0	293	293
Übrige finanzielle Vermögenswerte	AC	76.161	76.161	62.762	62.762
Passiva					
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	AC	330.877	342.440	109.880	112.620
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie sonstige Verbindlichkeiten	AC	571.822	571.822	617.110	617.110
Davon Reverse Factoring	AC	106.986	106.986	99.096	99.096
Leasingverbindlichkeiten	n.a.	793.245	793.245	804.218	804.218
Sonstige Finanzverbindlichkeiten		9.272	9.272	11.821	11.821
Davon:					
Derivate ohne Hedge-Beziehung	FVTPL	727	727	1.866	1.866
Derivate mit Hedge-Beziehung	Hedge Accounting	0	0	0	0
Übrige finanzielle Verbindlichkeiten	AC	8.545	8.545	9.955	9.955

HUGO BOSS nutzt zur Unterstützung seiner Lieferanten ein sogenanntes „Reverse-Factoring-Programm“. Hierbei werden offene Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen bereits vor Fälligkeit durch ein Kreditinstitut an den Lieferanten ausgeglichen. Innerhalb des Programms bleibt die ursprüngliche Verbindlichkeit gegenüber dem Lieferanten aufgrund einer unveränderten Schuldanerkennung inhaltlich unberührt und wird als Verbindlichkeit aus Lieferungen und Leistungen ausgewiesen. In diesem Zusammenhang zahlt das Kreditinstitut den Rechnungsbetrag an den Lieferanten abzüglich eines Disagios aus, wohingegen HUGO BOSS den gesamten Rechnungsbetrag bei Fälligkeit laut Rechnung dem Kreditinstitut auszahlt.

Im Geschäftsjahr 2023 hat HUGO BOSS eine separate, bankenunabhängige Plattform zusätzlich zu dem bestehenden Einzelbankenprogramm eingeführt. Es wird davon ausgegangen, dass die Art der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen von diesem Programm unberührt bleibt. HUGO BOSS hat die Beträge aus dem Reverse-Factoring-Programm in das Nettoumlaufvermögen aus Lieferungen und Leistungen aufgenommen. Das gesamte Reverse-Factoring-Volumen beläuft sich zum Stichtag auf 251.097 TEUR (2022: 120.000 TEUR).

Die zur Ermittlung der beizulegenden Zeitwerte angewandten Methoden und Annahmen stellen sich wie folgt dar:

Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, sonstige finanzielle Vermögenswerte, Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten kommen hauptsächlich aufgrund der kurzen Laufzeiten dieser Instrumente ihrem Buchwert sehr nahe.

Der beizulegende Zeitwert von Bankdarlehen und sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten, Leasingverbindlichkeiten sowie sonstigen langfristigen finanziellen Verbindlichkeiten wird durch Diskontierung der künftigen Cashflows unter Verwendung von derzeit für Fremdkapital zu vergleichbaren Konditionen, Kreditrisiken und Restlaufzeiten verfügbaren Zinssätzen ermittelt.

Zum 31. Dezember 2023 versteht sich die zum Marktwert bewertete Derivatposition („mark-to-market“) exklusive der Bonitätswertberichtigung, die auf das Ausfallrisiko der Gegenseite des Derivats zurückzuführen ist. Das Ausfallrisiko der Gegenseite brachte keine wesentlichen Effekte mit sich.

Hierarchie beizulegender Zeitwerte

Der Konzern verwendet folgende Hierarchie zur Bestimmung und zum Ausweis beizulegender Zeitwerte von Finanzinstrumenten je Bewertungsverfahren:

Level 1: Notierte (unangepasste) Preise auf aktiven Märkten für gleichartige Vermögenswerte oder Verbindlichkeiten.

Level 2: Verfahren, bei denen sämtliche Inputparameter, die sich wesentlich auf den erfassten beizulegenden Zeitwert auswirken, entweder direkt oder indirekt marktbezogen beobachtbar sind.

Level 3: Verfahren, die Inputparameter verwenden, die sich wesentlich auf den erfassten beizulegenden Zeitwert auswirken und nicht auf beobachteten Marktdaten basieren.

Zum 31. Dezember 2023 sind alle zum beizulegenden Zeitwert bewerteten Finanzinstrumente der Kategorie FVTPL sowie die Derivate mit Hedge-Beziehungen der Level 2 zuzuordnen. Während des Geschäftsjahres 2023 gab es keine Transfers zwischen Level 1 und Level 2 sowie aus Level 3 heraus. Die zum beizulegenden Zeitwert bewerteten Finanzinstrumente bestanden aus Devisentermingeschäften. Die Vermögenswerte beliefen sich auf 177 TEUR (2022: 622 TEUR), die Verbindlichkeiten auf 727 TEUR (2022: 1.866 TEUR). Bei Finanzinstrumenten, die zu fortgeführten Anschaffungskosten in der Bilanz geführt werden, ist die Ermittlung der beizulegenden Zeitwerte ebenfalls über das Verfahren der Level 2 erfolgt. Der beizulegende Zeitwert der Vermögenswerte und Schulden, die Level 2 zugeordnet sind, wird unter Verwendung von Parametern aus aktiven Werten gemessen. Im Geschäftsjahr 2023 sind keine Umstände eingetreten, die eine nicht wiederkehrende Bemessung des beizulegenden Zeitwerts erforderlich gemacht hätten.

Nettoergebnis nach Bewertungskategorien

(in TEUR)

	Aus Zinsen	Aus Fair-Value- Änderungen	Aus Währungs- umrechnung	Aus Wertberich- tigungen	Aus Abgang	2023	2022
Derivative (FVTPL)	0	-6.129	0	0	3.165	-2.964	-16.940
Zu fortgeführten Anschaffungs- kosten bewertete finanzielle Vermögenswerte (AC)	978	0	-1.535	-4.985	0	-5.542	-5.171
Zu fortgeführten Anschaffungs- kosten bewertete Verbindlichkeiten (AC)	-13.594	0	1.128	0	0	-12.466	-8.056

Die Zinsen aus Finanzinstrumenten werden im Zinsergebnis in Textziffer 4 Finanzergebnis ausgewiesen.

Die der Bewertungskategorie AC zuzuordnenden Wertberichtigungen auf Forderungen aus Lieferungen und Leistungen werden in den Vertriebs- und Marketingaufwendungen ausgewiesen.

Kursgewinne und -verluste aus der Umrechnung von Fremdwährungsforderungen und -verbindlichkeiten sowie Fair-Value-Änderungen und Effekte aus Abgängen von Kurssicherungsgeschäften werden in den übrigen Finanzposten ausgewiesen.

Änderungen der Verbindlichkeiten aus Finanzierungstätigkeit

(in TEUR)

	Bruttobuch- wert zum 1. Jan.	Cashflows	Verände- rungen im Portfolio	Änderung in der Fristigkeit	Währungs- umrechnung	Bruttobuch- wert zum 31. Dez.
2023						
Verbindlichkeiten aus Finanzierungstätigkeit						
Kurzfristige Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	21.347	-57.409	0	50.567	-57	14.449
Langfristige Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	88.532	279.473	0	-50.567	-1.010	316.428
Leasingverbindlichkeiten	804.218	-221.577	222.231	0	-11.627	793.245
Gesamt	914.097	487	222.231	0	-12.693	1.124.123
2022						
Verbindlichkeiten aus Finanzierungstätigkeit						
Kurzfristige Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	14.524	-6.748	0	13.639	-68	21.347
Langfristige Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	103.202	0	0	-13.639	-1.030	88.532
Leasingverbindlichkeiten	794.585	-215.888	225.170	0	351	804.218
Gesamt	912.311	-222.636	225.170	0	-747	914.097

Saldierung von Finanzinstrumenten

(in TEUR)

	Angesetzte Bruttobe- träge Aktiva	Saldierte Bruttobeträge Passiva	Ausgewiesene Nettobeträge Aktiva in der Bilanz	Nicht in der Bilanz saldierte Passiva	Nicht in der Bilanz saldierterhaltene Basisicherheiten	Nettobeträge
2023						
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	396.103	-20.484	375.620	0	0	375.620
Finanzielle Vermögenswerte	80.769	0	80.769	-40	0	80.728
Davon Derivate	177	0	177	-40	0	137
Gesamt	476.872	-20.484	456.388	-40	0	456.348
2022						
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	272.930	-16.500	256.430	0	0	256.430
Finanzielle Vermögenswerte	67.814	0	67.814	-95	0	67.719
Davon Derivate	622	0	622	-95	0	527
Gesamt	340.744	-16.500	324.244	-95	0	324.149

(in TEUR)

	Angesetzte Bruttobe- träge Passiva	Saldierte Bruttobeträge Aktiva	Ausgewiesene Nettobeträge Passiva in der Bilanz	Nicht in der Bilanz saldierte Aktiva	Nicht in der Bilanz saldierte erhaltene Bar- sicherheiten	Nettobeträge
2023						
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	606.119	-34.297	571.822	0	0	571.822
Finanzielle Verbindlichkeiten	9.272	0	9.272	-40	0	9.232
Davon Derivate	727	0	727	-40	0	686
Gesamt	615.391	-34.297	581.094	-40	0	581.054
2022						
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	656.953	-39.843	617.110	0	0	617.110
Finanzielle Verbindlichkeiten	11.821	0	11.821	-95	0	11.726
Davon Derivate	1.866	0	1.866	-95	0	1.771
Gesamt	670.640	-39.843	628.931	-95	0	628.836

Die in den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen saldierten Passiva in Höhe von 20.484 TEUR (2022: 16.500 TEUR) stellen zum Bilanzstichtag offene Gutschriften an Kunden dar. Die saldierten Aktiva innerhalb der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sind Forderungen in Form von Gutschriften an Lieferanten. Sie betrugen 34.297 TEUR (2022: 39.843 TEUR).

Für die Saldierung der Derivate bestehen Rahmenverträge für Finanztermingeschäfte zwischen HUGO BOSS und seinen Kontrahenten. In ihnen ist definiert, dass derivative Vermögenswerte und Verbindlichkeiten mit einem Kontrahenten zu einer einheitlichen Ausgleichsforderung zusammengefasst werden können.

Sicherungspolitik und Finanzderivate

Die nachfolgende Aufstellung zeigt die Nominalbeträge und die beizulegenden Zeitwerte der derivativen Finanzinstrumente:

(in TEUR)

	2023		2022	
	Nominalwerte	Beizulegende Zeitwerte	Nominalwerte	Beizulegende Zeitwerte¹
Aktiva				
Währungssicherungsgeschäfte	104.235	177	61.422	622
Passiva				
Währungssicherungsgeschäfte	253.826	-727	345.267	-1.769
Zinssicherungsgeschäfte	0	0	4.721	-97
Gesamt	358.061	-550	411.410	-1.244

1 Aufgrund von geänderter Darstellung weichen die Werte zu den im Vorjahr berichteten Werte ab.

Die angegebenen Nominalwerte stellen den abgesicherten Betrag des jeweiligen Grundgeschäfts dar. Die beizulegenden Zeitwerte der derivativen Finanzinstrumente sind als sonstige finanzielle Vermögenswerte aktiviert beziehungsweise als sonstige finanzielle Verbindlichkeiten passiviert. Sie entsprechen nicht notwendigerweise den Beträgen, die zukünftig unter aktuellen Marktbedingungen erzielt werden.

In den dargestellten beizulegenden Zeitwerten aus derivativen Finanzinstrumenten resultiert ein Teilbetrag in Höhe von –550 TEUR (2022: –1.537 TEUR) aus finanziellen Vermögenswerten und Schulden, die als zu Handelszwecken gehalten klassifiziert werden.

Zum 31. Dezember 2023 wurden Effekte aus der Bewertung zum beizulegenden Zeitwert von Währungssicherungsgeschäften in Höhe von 0 TEUR (2022: 293 TEUR) im sonstigen Ergebnis abgegrenzt. Von den im sonstigen Ergebnis abgegrenzten Beträgen wurden im Geschäftsjahr 2023 bei Fälligkeit der Sicherungen Nettoverluste in Höhe von 1.443 TEUR (2022: 3.631 TEUR) ins operative Ergebnis umbucht.

Absicherung von Zins- und Währungsrisiken

Zur Absicherung gegen Zins- und Währungsrisiken setzt HUGO BOSS teilweise Sicherungsgeschäfte zur Reduzierung des Risikos ein.

Der Konzern produziert unter anderem in der HUGO BOSS Textile Industry Ltd. in der Türkei. Als funktionale Währung dieser Tochtergesellschaft fungiert der Euro, jedoch erfolgen bestimmte lokale Zahlungen (unter anderem Löhne, Gehälter, Sozialversicherungsbeiträge und Transportkosten) in türkischer Lira. Hierdurch entsteht sowohl aus lokaler als auch aus Konzernsicht ein Transaktionsrisiko durch den schwankenden Wechselkurs zwischen Euro und türkischer Lira.

Die Absicherungsstrategie hat das Ziel, die Transaktionsrisiken aus zukünftigen Zahlungsströmen zu begrenzen. Diese werden mithilfe von Devisentermingeschäften abgesichert und anschließend in eine wirksame bilanzielle Sicherungsbeziehung als Cashflow-Hedges im Sinne des IFRS 9 eingebunden („hedge accounting“).

HUGO BOSS hat für Cashflow-Hedges eine rollierende Sicherungsstrategie implementiert, bei dem die angestrebte Absicherungsquote von bis zu 50 % des zugrunde liegenden Exposures im Laufe der Zeit aufgebaut wird. Diese rollierende Absicherung ermöglicht es HUGO BOSS, an Marktchancen zu partizipieren und gleichzeitig den Absicherungskurs zu glätten. Darüber hinaus wird die Fähigkeit verbessert, auf Veränderungen von prognostizierten Exposures zu reagieren.

Die Laufzeiten der derivativen Finanzinstrumente entsprechen im Allgemeinen denen der gesicherten Grundgeschäfte. Zudem wurde der nur im Sicherungsinstrument enthaltene Cross-Currency Basis Spread (CCBS) zum Bilanzstichtag bewertet und als unwesentlich eingestuft. Da demzufolge das zugrunde liegende Risiko der Devisenterminkontrakte mit dem abgesicherten Risiko (also dem Wechselkursrisiko zwischen EUR und TRY) identisch ist, hat HUGO BOSS für die oben genannte Sicherungsbeziehung ein Absicherungsverhältnis von 1:1 festgelegt.

Außerdem entspricht, wie bereits oben erwähnt, das Risiko des Sicherungsinstruments dem abgesicherten Risiko. Daher geht HUGO BOSS prospektiv von einem wirtschaftlichen Zusammenhang zwischen gesichertem Grundgeschäft und Sicherungsinstrument aus. Dies wird regelmäßig, mindestens jedoch zu jedem Berichtstichtag, überprüft.

Grundsätzlich können Differenzen zwischen geplanten und tatsächlichen Fälligkeiten der Zahlungsströme eine partielle Ineffektivität verursachen. Des Weiteren können bei der Berechnung der Wertveränderung des Sicherungsgeschäfts und des gesicherten Grundgeschäfts Ineffektivitäten auftreten, da die Currency-Basis bzw. Forward-Points bei der Designation der Sicherungsinstrumente nicht ausgeschlossen werden.

Zum Bilanzstichtag rechnet HUGO BOSS auf Basis historischer Erfahrungen mit dem Eintritt aller derzeit als Cashflow-Hedge designierten Grundgeschäfte.

Zum 31. Dezember 2023 bestehen keine offenen Devisentermingeschäfte zur Absicherung zukünftiger Cashflows in TRY.

Die Sicherungsinstrumente, die das Unternehmen in Sicherungsbeziehungen designiert hat, haben folgende Auswirkungen auf die Bilanz zum 31. Dezember 2023:

(in TEUR)

	2023	2022
	Derivate mit Hedge-Beziehung	Derivate mit Hedge-Beziehung
Bilanzposten		
Buchwert Aktiva	–	293
Buchwert Passiva	–	–
Wertveränderung der zum Stichtag gehaltenen Sicherungsgeschäfte	–	293
Nominalvolumen	–	13.830

Die oben genannten Sicherungsbeziehungen haben folgende Auswirkungen auf die Gewinn-und-Verlust-Rechnung oder das sonstige Ergebnis (OCI):

(in TEUR)

	2023	2022
Wertveränderung des Grundgeschäfts	0	–293
Cashflow-Hedge-Rücklage aus bestehenden Hedges	0	293
Aus dem OCI umgegliederter Betrag aufgrund Fälligkeit Grundgeschäft	–1.443	–3.631

Zum Bilanzstichtag waren 0 TEUR (2022: 4.721 TEUR) variabel verzinsten Finanzverbindlichkeiten ohne Designation als Sicherungsbeziehung abgesichert.

Für zusätzliche Informationen und eine detaillierte Beschreibung anderer finanzieller Risiken wird auf den Risiko- und Chancenbericht im zusammengefassten Lagebericht verwiesen.

Sonstige Erläuterungen

23 | Erläuterungen zur Kapitalflussrechnung

Die Kapitalflussrechnung zeigt anhand zahlungswirksamer Vorgänge die Veränderung der flüssigen Mittel im Laufe der Berichtsperiode. Gemäß IAS 7 werden die Zahlungsströme getrennt ausgewiesen nach Herkunft und Verwendung aus dem operativen Bereich sowie aus der Investitions- und Finanzierungstätigkeit. Die Mittelzu- und -abflüsse aus laufender Geschäftstätigkeit werden, ausgehend vom Jahresüberschuss des Konzerns, indirekt abgeleitet. Die Zahlungsströme aus der Investitions- und Finanzierungstätigkeit werden demgegenüber direkt aus Ein- und Auszahlungen ermittelt. Die Veränderungen der Bilanzpositionen, die in der Kapitalflussrechnung dargestellt werden, lassen sich aufgrund von Wechselkursumrechnungen nicht unmittelbar aus der Bilanz ableiten.

Für eine Darstellung des in der Kapitalflussrechnung betrachteten Finanzmittelfonds wird auf die Textziffer 14 Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente verwiesen.

Nicht zahlungswirksame Aufwendungen und Erträge betreffen insbesondere unrealisierte Fremdwährungsgewinne und -verluste, ergebniswirksame Änderungen des beizulegenden Zeitwerts von derivativen Finanzinstrumenten sowie sonstige nicht zahlungswirksame Veränderungen der Finanzschulden.

24 | Segmentberichterstattung

Der Vorstand der HUGO BOSS AG führt das Unternehmen nach Regionen. Die HUGO BOSS Landesgesellschaften sind für den Vertrieb sämtlicher HUGO BOSS Produkte, die nicht als Lizenzprodukte von Dritten vertrieben werden, im jeweiligen regionalen Verantwortungsbereich zuständig. Die Geschäftsführer der Landesgesellschaften sind den jeweils zuständigen Regionaldirektoren unterstellt, die an den Vorstand der HUGO BOSS AG berichten. Diese Organisationsstruktur dient der direkten Umsetzung der Konzernziele unter Berücksichtigung der besonderen Marktgegebenheiten.

Die operativen Segmente gliedern sich demnach in die drei Regionen Europa inklusive Naher Osten und Afrika (EMEA), Amerika und Asien/Pazifik, ergänzt um die Lizenzsparte. Den Regionen werden die entsprechenden Vertriebsgesellschaften des HUGO BOSS Konzerns zugeordnet, während über die Lizenzsparte das weltweite Lizenzgeschäft von HUGO BOSS mit Dritten abgegrenzt wird.

Der Hauptentscheidungsträger von HUGO BOSS ist definiert als der Vorstand der HUGO BOSS AG.

Die Steuerung der regionalen Geschäftseinheiten orientiert sich am Wertschöpfungsbeitrag auf Konzernebene.

Die wichtigste Ergebnisgröße für die Steuerung und Ressourcenallokation durch den Vorstand ist das EBIT. Das Segmentergebnis ist somit definiert als das EBIT der Vertriebsseinheiten zuzüglich der Rohertragsmarge der Beschaffungseinheiten sowie der gruppeninternen Lizenzumsätze.

Die Konzernfinanzierung (einschließlich Zinserträgen und -aufwendungen) sowie die Ertragsteuern werden konzerneinheitlich gesteuert und nicht den einzelnen Geschäftssegmenten zugeordnet.

Das Management der operativen Bestandsgrößen Vorräte und Forderungen aus Lieferungen und Leistungen liegt in der Verantwortung der Vertriebsregionen. Diese Posten werden regelmäßig dem Vorstand zur Verfügung gestellt. Die Segmentvermögenswerte enthalten somit lediglich die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie die Vorräte.

Verbindlichkeitenpositionen sind nicht Teil der internen Managementberichterstattung. Die Angabe von Segmentschulden entfällt somit.

Die in den Segmentinformationen angewendeten Bilanzierungsregeln stimmen mit denen des HUGO BOSS Konzerns, wie in den Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden beschrieben, überein.

Der Vorstand überprüft regelmäßig bestimmte andere in der Gesamtergebnisrechnung erfasste Effekte, dazu gehören insbesondere Abschreibungen und Wertminderungen.

Ebenfalls werden die zahlungswirksamen Investitionsausgaben aus dem Sachanlagevermögen, den immateriellen Vermögenswerten und Nutzungsrechten aus Leasingverträgen regelmäßig an den Vorstand im Rahmen des internen Berichtswesens gemeldet und sind somit Bestandteil der Segmentberichterstattung.

Sämtliche nicht direkt den Vertriebsregionen oder dem Lizenzsegment zuordenbaren Aufwendungen sowie Vermögenswerte werden in den nachfolgenden Überleitungsrechnungen unter Corporate Units/Konsolidierung ausgewiesen. In den Corporate Units werden alle unternehmensweiten Zentralfunktionen zusammengefasst. Die Bündelung der verbleibenden Aufwendungen der Beschaffungs-, Produktions-, Forschungs- und Entwicklungseinheiten stellt ein operatives Cost Center dar. Den Corporate Units werden keine operativen Erträge zugeordnet.

(in TEUR)

	EMEA	Amerika	Asien/Pazifik	Lizenzen	Gesamt berichtspflichtige Segmente
2023					
Gesamtumsatz	2.562.016	954.624	576.443	104.375	4.197.459
Segmentergebnis	585.845	156.666	123.992	88.277	954.779
In % des Umsatzes	22,9	16,4	21,5	84,6	22,7
Segmentvermögen	502.048	387.116	229.545	29.950	1.148.659
Investitionen	79.275	53.771	37.647	9	170.702
Wertminderungen	1.401	1.138	1.219	0	3.757
Davon Sachanlage- vermögen	-10.781	-909	-552	0	-12.242
Davon immaterielle Vermögenswerte	0	0	0	0	0
Davon Nutzungsrecht an Leasingobjekten	-1.452	0	0	0	-1.452
Davon Zuschreibung	13.633	2.047	1.771	0	17.451
Abschreibungen	-151.892	-64.931	-69.293	0	-286.116
2022					
Gesamtumsatz	2.302.864	789.176	467.187	92.151	3.651.378
Segmentergebnis	547.982	123.235	73.986	76.846	822.049
In % des Umsatzes	23,8	15,6	15,8	83,4	22,5
Segmentvermögen	321.422	330.454	188.944	24.364	865.184
Investitionen	62.217	26.850	33.284	11	122.362
Wertminderungen	-25.149	6.602	1.045	0	-17.502
Davon Sachanlage- vermögen	-22.876	-4.050	-1.681	0	-28.607
Davon immaterielle Vermögenswerte	-1	0	0	0	-1
Davon Nutzungsrecht an Leasingobjekten	-12.518	-74	-842	0	-13.433
Davon Zuschreibung	10.246	10.726	3.567	0	24.540
Abschreibungen	-154.471	-54.397	-64.705	0	-273.573

Überleitungsrechnungen

Nachfolgend werden die Überleitungsrechnungen von den Segmentwerten auf die Konzernwerte dargestellt.

Umsatz

(in TEUR)

	2023	2022
Umsatz – berichtspflichtige Segmente	4.197.459	3.651.378
Corporate Units	0	0
Konsolidierung	0	0
Gesamt	4.197.459	3.651.378

Ergebnis der betrieblichen Geschäftstätigkeit

(in TEUR)

	2023	2022
Segmentergebnis (EBIT) – berichtspflichtige Segmente	954.779	822.049
Corporate Units	–544.487	–484.816
Konsolidierung	45	–1.815
EBIT HUGO BOSS	410.337	335.419
Zinsergebnis	–44.861	–23.879
Übrige Finanzpositionen	–8.587	–26.245
Ergebnis vor Ertragsteuern HUGO BOSS	356.889	285.295

Segmentvermögen

(in TEUR)

	2023	2022
Segmentvermögen – berichtspflichtige Segmente	1.148.659	865.184
Corporate Units	293.005	364.806
Konsolidierung	0	0
Kurzfristige Ertragsteuerforderungen	23.148	23.074
Kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	54.132	41.341
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	126.867	149.980
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	118.327	147.403
Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte	26.936	0
Kurzfristige Vermögenswerte HUGO BOSS	1.791.073	1.591.787
Langfristige Vermögenswerte	1.680.594	1.534.815
Aktiva HUGO BOSS	3.471.667	3.126.602

Investitionen

(in TEUR)

	2023	2022
Investitionen – berichtspflichtige Segmente	170.702	122.362
Corporate Units	126.805	69.273
Konsolidierung	0	0
Gesamt	297.507	191.635

Wertminderungen/Wertaufholungen

(in TEUR)

	2023	2022
Wertminderungen/Wertaufholungen – berichtspflichtige Segmente	-3.757	17.502
Corporate Units	0	2
Konsolidierung	0	0
Gesamt	-3.757	17.504

Abschreibungen

(in TEUR)

	2023	2022
Abschreibungen – berichtspflichtige Segmente	286.116	273.573
Corporate Units	59.338	53.949
Konsolidierung	0	0
Gesamt	345.454	327.522

Geografische Informationen

(in TEUR)

	Umsatzerlöse mit Dritten		Langfristige Vermögenswerte ¹	
	2023	2022	2023	2022
Deutschland	555.227	476.644	506.517	427.136
Andere EMEA Märkte	2.111.234	1.918.371	575.485	556.850
USA	608.513	528.239	235.217	169.439
Andere Märkte Nord- und Lateinamerika	346.111	260.938	41.125	39.642
China	277.856	216.878	64.544	56.962
Andere asiatische Märkte	298.517	250.308	105.002	112.107
Gesamt	4.197.459	3.651.378	1.527.891	1.362.136

¹ Die langfristigen Vermögenswerte werden unabhängig von der Segmentstruktur dem Land zugeordnet, in dem sich der Sitz der Gesellschaft befindet.

25 | Angabe über Beziehungen und Transaktionen mit nahestehenden Unternehmen und Personen

Im Berichtszeitraum vom 1. Januar bis 31. Dezember 2023 sind folgende berichtspflichtige Geschäfte mit nahestehenden Personen und Unternehmen getätigt worden:

Nahestehende Personen

Nahestehende Personen umfassen die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats.

Vergütung für den Vorstand

Die Gesamtvergütung des Vorstandes beträgt 15.672 TEUR (2022: 12.483 TEUR). Der Aufwand für kurzfristig fällige Leistungen betrug 2023 insgesamt 7.624 TEUR (2022: 7.676 TEUR). Für die betriebliche Altersversorgung ist im Jahr 2023 ein Dienstzeitaufwand in Höhe von 1.120 TEUR (2022: 1.120 TEUR) angefallen. Für aktienbasierte Vergütung belief sich der Aufwand im Jahr 2023 auf 6.929 TEUR (2022: 3.687 TEUR).

Die Gesamtvergütung der Mitglieder des Vorstands nach § 314 Abs. 1 Nr. 6 a) HGB belief sich im Geschäftsjahr 2023 auf 10.429 TEUR (2022: 11.429 TEUR). Davon entfielen 2.926 TEUR auf die Grundvergütung inklusive Nebenleistungen (2022: 2.966 TEUR). Im Geschäftsjahr wurde eine Sondervergütung in Höhe von 100 TEUR (2022: 100 TEUR) gewährt. Ein Betrag in Höhe von 2.941 TEUR (2022: 4.144 TEUR) entfällt auf das für das Geschäftsjahr 2023 vereinbarte „Short Term Incentive“ (STI). Auf das „Long Term Incentive“ (LTI) 2023–2026 entfällt ein Betrag in Höhe von 4.462 TEUR, der sich für 87.739 im Jahr 2023 gewährte Bezugsrechte ergibt.

Im Geschäftsjahr 2023 wurden Vorstandsmitgliedern darüber hinaus weder Kredite gewährt, noch wurden zugunsten dieser Personen Haftungsverhältnisse eingegangen. Mitglieder des Vorstands können im Rahmen ihrer gewährten sonstigen zum Gehalt gehörenden Sachleistungen sowie für den persönlichen Bedarf vergünstigt BOSS oder HUGO Produkte einkaufen.

Ehemalige Vorstandsmitglieder und deren Hinterbliebene erhielten im Jahr 2023 Gesamtbezüge in Höhe von 1.710 TEUR (2022: 5.694 TEUR). Darin enthalten ist eine Vergütung im Rahmen des „Long Term Incentive“ (LTI) sowie des „Short Term Incentive“ (STI) in Höhe von 1.223 TEUR (2022: 5.270 TEUR).

Für frühere Mitglieder des Vorstands und deren Hinterbliebene bestehen Pensionsverpflichtungen in Höhe von 40.510 TEUR (2022: 40.893 TEUR). Das entsprechende Planvermögen in Form der Rückdeckungsversicherung beläuft sich auf 37.776 TEUR (2022: 37.874 TEUR).

Vergütung für den Aufsichtsrat

Der Aufsichtsrat erhielt für seine Tätigkeit im Jahr 2022 Gesamtbezüge in Höhe von 1.790 TEUR. Für das Geschäftsjahr 2023 beläuft sich die Gesamtvergütung auf 1.790 TEUR.

Sonstige Angaben zu nahestehenden Personen

Die Mitglieder des Vorstands und Aufsichtsrats hielten zum Ende des Geschäftsjahres 2023 zusammen ca. 1,5 % (2022: ca. 1,5 %) der von der HUGO BOSS AG ausgegebenen Aktien.

26 | Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Zwischen dem Ende des Geschäftsjahres 2023 und der Erstellung dieses Konzernabschlusses am 21. Februar 2024 sind keine weiteren wesentlichen makroökonomischen, soziopolitischen, branchen- oder unternehmensspezifischen Veränderungen eingetreten, von denen das Management erwartet, dass sie einen wesentlichen Einfluss auf die Vermögens-, Finanz- oder Ertragslage des Konzerns haben.

27 | Corporate Governance Kodex

Vorstand und Aufsichtsrat der HUGO BOSS AG haben im Dezember 2023 die nach § 161 AktG vorgeschriebene Erklärung abgegeben. Diese ist auf der Website der Gesellschaft (group.hugoboss.com) den Aktionären dauerhaft zugänglich.

28 | Honorar des Konzernabschlussprüfers

(in TEUR)

	Deloitte Netzwerk	Deloitte GmbH Wirtschafts- prüfungs- gesellschaft
2023		
Prüfungsleistungen	2.663	616
Andere Bestätigungsleistungen	130	74
Steuerberatungsleistungen	15	0
Sonstige Leistungen	59	0
Gesamt	2.867	690
2022		
Prüfungsleistungen	2.449	535
Andere Bestätigungsleistungen	95	89
Steuerberatungsleistungen	9	0
Sonstige Leistungen	115	0
Gesamt	2.668	624

Im Geschäftsjahr 2023 bestanden die vom Konzernabschlussprüfer erbrachten Leistungen neben Abschlussprüfungsleistungen im Wesentlichen aus der Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit der zusammengefassten nichtfinanziellen Erklärung sowie ausgewählter Berichtsangaben des Nachhaltigkeitsberichts. Die Steuerberatungskosten betrafen die Steueranmeldung in ausländischen Tochtergesellschaften.

Vorstand

Vorstandsmitglied

Daniel Grieder

(Brissago, Schweiz/Metzingen, Deutschland)

Vorstandsvorsitzender,
seit 1. Juni 2021 Mitglied des Vorstands

Yves Müller

(Hamburg/Metzingen, Deutschland)

seit 1. Dezember 2017 Mitglied des Vorstands

Oliver Timm

(Meerbusch/Metzingen, Deutschland)

seit 1. Januar 2021 Mitglied des Vorstands

Vorstand für die Bereiche

Global Marketing & Brand Communication, Creative Direction, Business Unit BOSS Menswear, Business Unit BOSS Womenswear, Business Unit HUGO, Business Unit Footwear, Accessories, Bodywear & Hosiery (inkl. Global Licenses), Human Resources, Corporate Communications & Public Affairs, Group Strategy & Corporate Development (inkl. Global Corporate Responsibility), und Digital Platform: Brand & Product

Group Finance & Tax, Business Planning & Analysis, Investor Relations & M&A, Operations Excellence Projects, Global Sourcing & Production, Technical Product Development, Global Logistics, IT (inkl. Information Security), Legal, Compliance & Data Protection, Internal Audit, Construction & Procurement, und Digital Platform: Finance & Operations

Global Sales Development, Global Retail & Wholesale, Customer Relationship Management (CRM), Data & Analytics, Global Merchandise Management, Global Travel Retail, Global Retail Management, Global E-Commerce & Metaverse, und Digital Platform: Omnichannel & Sales

Aufsichtsrat

Aktionärsvertreter

Hermann Waldemer

(Blitzingen, Schweiz)

Managementberater,
Vorsitzender des Aufsichtsrats,
Mitglied seit 2015

Iris Epple-Righi

(München, Deutschland)

Managementberaterin,
Mitglied seit 2020

Gaetano Marzotto

(Mailand, Italien)

Aufsichtsratsvorsitzender Gruppo Santa Margherita S.p.A.,
Fossalta di Portogruaro, Italien,
Mitglied seit 2010

Luca Marzotto

(Venedig, Italien)

Vorstandsvorsitzender Zignago Holding S.p.A.,
Fossalta di Portogruaro, Italien,
Mitglied seit 2010

Christina Rosenberg

(München, Deutschland)

Managementberaterin innotail,
München, Deutschland,
Mitglied seit 2020

Robin J. Stalker

(Oberreichenbach, Deutschland)

Chartered Accountant,
Mitglied seit 2020

Arbeitnehmervertreter

Sinan Piskin

(Metzingen, Deutschland)

Kaufmännischer Angestellter/Betriebsratsvorsitzender,
HUGO BOSS AG, Metzingen, Deutschland,
Stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrats,
Mitglied seit 2008

Andreas Flach

(Weil der Stadt, Deutschland)

Gewerkschaftssekretär der (IG Metall) Baden-Württemberg,
Stuttgart, Deutschland,
Mitglied seit Mai 2023

Katharina Herzog

(Reutlingen, Deutschland)

Senior Vice President Group Finance & Tax HUGO BOSS AG,
Metzingen, Deutschland,
Mitglied seit 2020

Daniela Liburdi

(Sindelfingen, Deutschland)

Kaufmännische Angestellte HUGO BOSS AG,
Metzingen, Deutschland,
Mitglied seit Mai 2023

Tanja Silvana Nitschke

(Inzigkofen, Deutschland)

1. Bevollmächtigte der IG-Metall-Geschäftsstelle Reutlingen-Tübingen,
Reutlingen, Deutschland,
Mitglied seit 2015

Bernd Simbeck

(Metzingen, Deutschland)

Kaufmännischer Angestellter HUGO BOSS AG,
Metzingen, Deutschland,
Mitglied seit 2021 (zuvor bereits von 2010 bis 2015)

Anita Kessel

(Metzingen, Deutschland)

Kaufmännische Angestellte HUGO BOSS AG,
Metzingen, Deutschland,
Mitglied von 2015 bis Mai 2023

Martin Sambeth

(Tiefenbronn, Deutschland)

2. Bevollmächtigter und Kassierer der IG-Metall-Geschäftsstelle Karlsruhe,
Karlsruhe, Deutschland,
Mitglied von 2016 bis Mai 2023

Weitere Angaben zu den Aufsichtsrats- und Vorstandsmitgliedern

Die Aufsichtsratsmitglieder von HUGO BOSS sind gleichzeitig Mitglieder des Aufsichtsrats oder anderer vergleichbarer Kontrollgremien folgender Gesellschaften¹:

Iris Epple-Righi	Bambuser AB	Stockholm, Schweden
	Global-e Online Ltd.	Petach-Tikwa, Israel
	Sennheiser electronic GmbH & Co. KG	Wedemark, Deutschland
Andreas Flach	Rolls Royce Power Systems AG	Friedrichshafen, Deutschland
	Rolls Royce Solutions GmbH	Friedrichshafen, Deutschland
Katharina Herzog	HUGO BOSS Holding Netherlands B.V.	Amsterdam, Niederlande
	HUGO BOSS International B.V.	Amsterdam, Niederlande
Gaetano Marzotto	Style Capital SGR S.p.A. ²	Mailand, Italien
	Golmar Italia S.p.A.	Turin, Italien
	Golmar Holding S.p.A.	Turin, Italien
	Zignago Holding S.p.A.	Fossalta di Portogruaro, Italien
	Zignago Vetro S.p.A.	Fossalta di Portogruaro, Italien
Luca Marzotto	Dimora 01	Mailand, Italien
	Florence S.r.l.	Mailand, Italien
	Forte Forte S.r.l.	Sarcedo, Italien
	Isotex Engineering S.r.l.	Trissino, Italien
	ITACA EQUITY Holding S.p.A.	Mailand, Italien
	Multitecno S.r.l.	Fossalta di Portogruaro, Italien
	MySecretCase S.r.l.	Mailand, Italien
	Techwald Next S.p.A.	Trissino, Italien
	Santex Rimar Group S.r.l.	Trissino, Italien
	Smit S.r.l.	Trissino, Italien
	Solwa S.r.l.	Trissino, Italien
	Sperotto Rimar S.r.l.	Trissino, Italien
	Vetri Speciali S.p.A.	Trient, Italien
	Zignago Vetro S.p.A.	Fossalta di Portogruaro, Italien
Christina Rosenberg	Josef Tretter GmbH & Co. KG	München, Deutschland
	Villeroy & Boch AG	Mettlach, Deutschland
Robin J. Stalker	Commerzbank AG ³	Frankfurt, Deutschland
	Schaeffler AG	Herzogenaurach, Deutschland
	Schmitz Cargobull AG ²	Horstmar, Deutschland

¹ Nicht genannte Mitglieder haben keine Mandate in anderen Gesellschaften.

² Tätigkeit als Vorsitzender oder stellvertretender Vorsitzender.

³ Bis 31. Mai 2023.

Mitglieder des Vorstands

Daniel Grieder ist nicht exekutiv tätiges Mitglied des Verwaltungsrats der Rieter Holding AG (Winterthur, Schweiz). Kein weiteres Vorstandsmitglied der HUGO BOSS AG nahm im Berichtszeitraum ein Mandat in Aufsichtsräten oder vergleichbaren anderen Kontrollgremien von nicht zum HUGO BOSS Konzern gehörenden Gesellschaften wahr. Zum Zweck der Konzernsteuerung und -überwachung hatten Mitglieder des Vorstands im Berichtszeitraum Mandate in Aufsichtsräten oder vergleichbaren anderen Kontrollgremien konzern-angehöriger Gesellschaften inne.

Offenlegung

Der Jahres- und Konzernabschluss der HUGO BOSS AG werden im Unternehmensregister bekannt gemacht und auf der Website von HUGO BOSS veröffentlicht.

Metzingen, den 21. Februar 2024

HUGO BOSS AG
Der Vorstand

Daniel Grieder
Yves Müller
Oliver Timm

Anteilsbesitz der HUGO BOSS AG

Soweit nicht anders vermerkt, beträgt die Kapitalbeteiligung 100 %. Die folgenden Gesellschaften sind vollkonsolidiert.

(in TEUR)

Gesellschaft ¹	Sitz	Eigenkapital 2023
HUGO BOSS Holding Netherlands B.V.	Amsterdam, Niederlande	648.806
HUGO BOSS International B.V.	Amsterdam, Niederlande	561.285
HUGO BOSS Internationale Beteiligungs-GmbH ^{2,5,9}	Metzingen, Deutschland	524.800
HUGO BOSS USA, Inc. ⁴	New York, NY, USA	209.773
HUGO BOSS China Retail Co. Ltd.	Shanghai, China	74.279
HUGO BOSS Ticino S.A.	Coldreria, Schweiz	72.736
HUGO BOSS UK Limited	London, Großbritannien	65.889
Lotus (Shenzhen) Commerce Ltd. Shenzhen, China	Shenzhen, China	58.270
HUGO BOSS Benelux B.V.	Amsterdam, Niederlande	46.029
HUGO BOSS Benelux B.V. y CIA S.C	Madrid, Spanien	45.728
HUGO BOSS Canada, Inc.	Toronto, Kanada	42.669
HUGO BOSS Mexico S.A. de C.V. ²	Mexiko-Stadt, Mexiko	39.538
HUGO BOSS France SAS	Paris, Frankreich	37.808
HUGO BOSS Lotus Hong Kong Ltd.	Hongkong, China	34.925
HUGO BOSS AL FUTTAIM UAE TRADING L.L.C. ⁶	Dubai, V.A.E.	33.685
HUGO BOSS do Brasil Ltda.	São Paulo, Brasilien	31.616
HUGO BOSS Textile Industry Ltd. ²	Izmir, Türkei	31.591
HUGO BOSS International Markets AG	Zug, Schweiz	22.630
HUGO BOSS Middle East FZ-LLC	Dubai, V.A.E.	12.964
HUGO BOSS Holdings Pty. Ltd.	Preston, Australien	12.363
HUGO BOSS Portugal & Companhia	Lissabon, Portugal	12.259
HUGO BOSS (Schweiz) AG	Zug, Schweiz	11.892
HUGO BOSS Shoes & Accessories Italia S.p.A.	Morrovalle, Italien	10.485
HUGO BOSS Rus LLC ²	Moskau, Russland	10.445
HUGO BOSS Scandinavia AB	Stockholm, Schweden	9.232
HUGO BOSS Australia Pty. Ltd.	Preston, Australien	8.919
HUGO BOSS Nordic ApS	Kopenhagen, Dänemark	7.728
HUGO BOSS Magazacilik Ltd. Sti.	Izmir, Türkei	7.476
HUGO BOSS Italia S.p.A.	Mailand, Italien	6.888
Lotus Concept Trading (Macau) Co. Ltd.	Macau, China	6.084
HUGO BOSS Hellas LLC	Athen, Griechenland	5.835
HUGO BOSS Belgium BVBA	Diegem, Belgien	5.636
HUGO BOSS Hong Kong Ltd.	Hongkong, China	4.825
HUGO BOSS Guangdong Trading Co. Ltd.	Guangzhou, China	4.823
HUGO BOSS Ireland Limited	Dublin, Irland	4.813
HUGO BOSS South East Asia PTE. LTD.	Singapur	4.491
HUGO BOSS Vermögensverwaltungs GmbH & Co. KG ^{2,9}	Metzingen, Deutschland	4.260

(in TEUR)

Gesellschaft ¹	Sitz	Eigenkapital 2023
HUGO BOSS Korea Ltd.	Seoul, Südkorea	4.224
HUGO BOSS Thailand Ltd.	Bangkok, Thailand	3.497
HUGO BOSS Finland OY	Helsinki, Finnland	2.852
Salam Stores HUGO BOSS WLL ⁷	Doha, Katar	1.946
HUGO BOSS Stiftung gGmbH ²	Metzingen, Deutschland	2.730
HUGO BOSS Malaysia SDN. BHD.	Kuala Lumpur, Malaysia	1.870
HUGO BOSS Shoes & Accessories Poland Sp. z o.o.	Radom, Polen	1.498
ROSATA Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Dieselstraße KG ^{2,9}	Metzingen, Deutschland	1.376
HUGO BOSS Holding Sourcing S.A.	Coldrerio, Schweiz	1.151
ROSATA Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Metzingen KG ^{2,3,8,9}	Grünwald, Deutschland	427
YOURDATA HB DIGITAL CAMPUS, Unipessoal, Lda. ^{2,10}	Porto, Portugal	376
HUGO BOSS Estonia OÜ	Tallinn, Estland	228
HUGO BOSS Dienstleistungs GmbH ²	Metzingen, Deutschland	136
HUGO BOSS Trade Mark Management Verwaltungs-GmbH	Metzingen, Deutschland	45
HUGO BOSS Beteiligungsgesellschaft mbH ^{2,5,9}	Metzingen, Deutschland	-85
HUGO BOSS Latvia SIA.	Riga, Lettland	-221
GRAMOLERA Grundstücks-Vermietungsgesellschaft Objekt Ticino mbH ⁹	Metzingen, Deutschland	-499
GRETANA Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt D 19 KG ²	Grünwald, Deutschland	-557
HUGO BOSS New Zealand Ltd.	Auckland, Neuseeland	-2.195
HUGO BOSS Belgium Retail BVBA	Diegem, Belgien	-3.088
HUGO BOSS Benelux Retail B.V.	Amsterdam, Niederlande	-12.597
HUGO BOSS Japan K.K.	Tokio, Japan	-15.627

¹ Die Werte entsprechen den Jahresabschlüssen nach evtl. Gewinnabführung, bei Tochterunternehmen gemäß innenkonsolidiertem IFRS-Abschluss.

² Direkte Beteiligungen der HUGO BOSS AG.

³ Beteiligung mit einem Kapitalanteil von 94%.

⁴ Teilkonzernabschluss enthält folgende Gesellschaften: HUGO BOSS Cleveland Inc., HUGO BOSS Fashion Inc., HUGO BOSS Florida Inc., HUGO BOSS Licensing Inc., HUGO BOSS Retail Inc. und HUGO BOSS USA Inc..

⁵ Gesellschaften, die einen Ergebnisabführungsvertrag mit der HUGO BOSS AG haben.

⁶ Beteiligung mit einem Kapitalanteil von 49%, Einbezug IFRS 10.7: Sonstige vertragliche Vereinbarungen.

⁷ Beteiligung mit einem Kapitalanteil von 70%.

⁸ Beteiligung mit einem Kapitalanteil von 94% und einem Stimmrechtsanteil von 15%, Einbezug IFRS 10.7: Sonstige vertragliche Vereinbarungen.

⁹ Tochterunternehmen, das von der Befreiung gemäß §§ 264 Abs. 3 bzw. 264b HGB Gebrauch macht.

¹⁰ Beteiligung mit einem Kapitalanteil von 42%, Einbezug IFRS 10.7: Sonstige vertragliche Vereinbarungen.

KAPITEL 5

WEITERE ANGABEN

286

**WEITERE ANGABEN
ZUR EU-TAXONOMIE**

289

**VERSICHERUNG DER
GESETZLICHEN VERTRETER**

290

VERMERKE DES PRÜFERS

307

ALLGEMEINE ANMERKUNGEN

307

**ZUKUNFTSGERICHTETE
AUSSAGEN**

308

ZEHNJAHRESÜBERSICHT

309

KONTAKTE

309

IMPRESSUM

310

FINANZKALENDER 2024

WEITERE ANGABEN ZUR EU-TAXONOMIE

Die folgenden Tabellen, die gemäß Anhang I und Anhang II der delegierten Verordnung zu Artikel 8 der EU-Taxonomie offengelegt werden, sind Bestandteil der Zusammengefassten Nichtfinanziellen Erklärung als Teil des Zusammengefassten Lageberichts und geben Auskunft über die taxonomiefähigen und taxonomiekonformen Anteile von Umsatz, CapEx und OpEx.

EU TAXONOMIE – OFFENLEGUNG HINSICHTLICH UMSATZ FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2023

Geschäftsjahr 2023	2023			Kriterien für einen wesentlichen Beitrag						DNSH ¹ -Kriterien ("Keine erhebliche Beeinträchtigung")						Anteil taxonomie konformer (A.1) oder taxonomiefähiger (A.2) Umsatz 2022			
Wirtschaftstätigkeiten	Code ²	Umsatz	Proportion of Turn-over ²	Klimaschutz	Anpassung an den Klimawandel	Wasser	Umweltverschmutzung	Kreislaufwirtschaft	Biologische Vielfalt	Klimaschutz	Anpassung an den Klimawandel	Wasser	Umweltverschmutzung	Kreislaufwirtschaft	Biologische Vielfalt	Mindestschutz ⁴	Umsatz 2022	Kategorie ermöglichende Tätigkeit ⁵	Kategorie Übergangstätigkeit ⁶
		Mio. EUR	%	J; N; N/EL	J; N; N/EL	J; N; N/EL	J; N; N/EL	J; N; N/EL	J; N; N/EL	J/N	J/N	J/N	J/N	J/N	J/N	J/N	%	E	T
A. Taxonomiefähige Tätigkeiten																			
A.1 Ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (taxonomiekonform)																			
Umsatz ökologisch nachhaltiger Tätigkeiten (taxonomiekonform) (A.1)		0	0														0		
Davon ermöglichende Tätigkeiten ⁵																			
Davon Übergangstätigkeiten ⁶																			
A.2 Taxonomiefähige, aber nicht ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Tätigkeiten)																			
				EL; N/EL	EL; N/EL	EL; N/EL	EL; N/EL	EL; N/EL	EL; N/EL										
Umsatz taxonomiefähiger, aber nicht ökologisch nachhaltiger Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Tätigkeiten) (A.2)		0	0														0		
A. Umsatz taxonomiefähiger Tätigkeiten (A.1+A.2)		0	0														0		
B. Nicht taxonomiefähige Tätigkeiten																			
Umsatz nicht taxonomiefähiger Tätigkeiten		4.197	100																
Gesamt		4.197	100																

J = Ja; N = Nein; EL = Taxonomiefähig („eligible“); N/EL = Nicht taxonomiefähig („not eligible“)

¹ Do No Significant Harm.

² Aktivitätsnummern.

³ Keine taxonomiefähigen bzw. -konformen Umsätze im Geschäftsjahr 2023, da für das Kerngeschäft von HUGO BOSS bisher keine verbindlichen Taxonomie-Kriterien vorliegen.

⁴ Einhaltung der von der Taxonomie-Verordnung vorgegebenen sozialen Mindeststandards.

⁵ Gemäß Taxonomie-Verordnung Tätigkeiten, die es unmittelbar anderen Tätigkeiten ermöglichen, einen wesentlichen Beitrag zu einem oder mehreren der Umweltziele zu leisten ("Enabling activities").

⁶ Gemäß Taxonomie-Verordnung Tätigkeiten, die den Übergang zu einer klimaneutralen Wirtschaft unterstützen ("Transitional activities").

EU TAXONOMIE – OFFENLEGUNG HINSICHTLICH CAPEX FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2023

Geschäftsjahr 2023	2023			Kriterien für einen wesentlichen Beitrag						DNSH ¹ -Kriterien ("Keine erhebliche Beeinträchtigung")										
																	Anteil taxonomie konformer (A.1) oder taxono- miefähiger (A.2) CapEx, 2022	Kategorie ermögli- chende Tätigkeit ⁵	Kategorie Über- gangs- tätigkeit ⁶	
Wirtschaftstätigkeiten	Code ²	CapEx	CapEx- Anteil ³	Klima- schutz	An- passung an den Klima- wandel	Wasser	Um- weltver- schmut- zung	Kreislauf- wirtschaft	Biolo- gische Vielfalt	Klima- schutz	An- passung an den Klima- wandel	Wasser	Um- weltver- schmut- zung	Kreislauf- wirtschaft	Biolo- gische Vielfalt	Mindest- schutz ⁴	%	E	T	
		Mio. EUR	%	J; N; N/EL	J; N; N/EL	J; N; N/EL	J; N; N/EL	J; N; N/EL	J; N; N/EL	J/N	J/N	J/N	J/N	J/N	J/N	J/N	J/N	%	E	T
A. Taxonomiefähige Tätigkeiten																				
A.1 Ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (taxonomiekonform)																				
CapEx ökologisch nachhaltiger Tätigkeiten (taxonomiekonform) (A.1)		0	0															0		
Davon ermöglichende Tätigkeiten ⁵																				
Davon Übergangstätigkeiten ⁶																				
A.2 Taxonomiefähige, aber nicht ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Tätigkeiten)																				
				EL; N/EL	EL; N/EL	EL; N/EL	EL; N/EL	EL; N/EL	EL; N/EL											
CapEx taxonomiefähiger, aber nicht ökologisch nachhaltiger Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Tätigkeiten) (A.2)		0	0															2		
A. CapEx taxonomiefähiger Tätigkeiten (A.1+A.2)		0	0															2		
B. Nicht taxonomiefähige Tätigkeiten																				
CapEx nicht taxonomie-fähiger Tätigkeiten		537	100																	
Gesamt		537	100																	

J = Ja; N = Nein; EL = Taxonomiefähig („eligible“); N/EL = Nicht taxonomiefähig („not eligible“)

¹ Do No Significant Harm.² Aktivitätsnummern.³ Die im Rahmen der Taxonomie-Verordnung zu betrachtenden Investitionen (Capital Expenditure, CapEx) umfassen Zugänge an Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten, einschließlich Zugängen an Nutzungsrechten aus langfristigen Leasingverträgen.⁴ Einhaltung der von der Taxonomie-Verordnung vorgegebenen sozialen Mindeststandards.⁵ Gemäß Taxonomie-Verordnung Tätigkeiten, die es unmittelbar anderen Tätigkeiten ermöglichen, einen wesentlichen Beitrag zu einem oder mehreren der Umweltziele zu leisten ("Enabling activities").⁶ Gemäß Taxonomie-Verordnung Tätigkeiten, die den Übergang zu einer klimaneutralen Wirtschaft unterstützen ("Transitional activities").

EU TAXONOMIE – OFFENLEGUNG HINSICHTLICH OPEX FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2023

Geschäftsjahr 2023	2023	Kriterien für einen wesentlichen Beitrag								DNSH ¹ -Kriterien ("Keine erhebliche Beeinträchtigung")							Anteil taxonomie konformer (A.1) oder taxono- miefähiger (A.2) OpEx, 2022	Kategorie ermögli- chende Tätigkeit ⁵	Kategorie Über- gangs- tätigkeit ⁶
Wirtschaftstätigkeiten	Code ²	OpEx Mio. EUR	OpEx- Anteil ³ %	Klima- schutz J; N; N/EL	An- passung an den Klima- wandel J; N; N/EL	Wasser J; N; N/EL	Um- weltver- schmut- zung J; N; N/EL	Kreislauf- wirtschaft J; N; N/EL	Biolo- gische Vielfalt J; N; N/EL	Klima- schutz J/N	An- passung an den Klima- wandel J/N	Wasser J/N	Um- weltver- schmut- zung J/N	Kreislauf- wirtschaft J/N	Biolo- gische Vielfalt J/N	Mindest- schutz ⁴ J/N	%	E	T
A. Taxonomiefähige Tätigkeiten																			
A.1 Ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (taxonomiekonform)																			
OpEx ökologisch nachhaltiger Tätigkeiten (taxonomiekonform) (A.1)		0	0														0		
Davon ermöglichende Tätigkeiten ⁵																			
Davon Übergangstätigkeiten ⁶																			
A.2 Taxonomiefähige, aber nicht ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Tätigkeiten)																			
				EL; N/EL	EL; N/EL	EL; N/EL	EL; N/EL	EL; N/EL	EL; N/EL										
OpEx taxonomiefähiger, aber nicht ökologisch nachhaltiger Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Tätigkeiten) (A.2)		0	0														0		
A. OpEx taxonomiefähiger Tätigkeiten (A.1+A.2)		0	0														0		
B. Nicht taxonomiefähige Tätigkeiten																			
OpEx nicht taxonomie- fähiger Tätigkeiten		135	100																
Gesamt		135	100																

J = Ja; N = Nein; EL = Taxonomiefähig („eligible“); N/EL = Nicht taxonomiefähig („not eligible“)

¹ Do No Significant Harm.² Aktivitätsnummern.³ Im Einklang mit den Ausführungen im Annex I der delegierten Verordnung zu Artikel 8 der EU-Taxonomie verzichtet HUGO BOSS wie schon im Vorjahr für das Geschäftsjahr 2023 aufgrund von Unwesentlichkeit auf die Darstellung der taxonomiefähigen bzw. -konformen operativen Aufwendungen (Operating Expenditure, OpEx).⁴ Einhaltung der von der Taxonomie-Verordnung vorgegebenen sozialen Mindeststandards.⁵ Gemäß Taxonomie-Verordnung Tätigkeiten, die es unmittelbar anderen Tätigkeiten ermöglichen, einen wesentlichen Beitrag zu einem oder mehreren der Umweltziele zu leisten ("Enabling activities").⁶ Gemäß Taxonomie-Verordnung Tätigkeiten, die den Übergang zu einer klimaneutralen Wirtschaft unterstützen ("Transitional activities").

VERSICHERUNG DER GESETZLICHEN VERTRETER

Wir versichern nach bestem Wissen, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen der Konzernabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt und im Konzernlagebericht, der mit dem Lagebericht der HUGO BOSS AG zusammengefasst ist, der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage des HUGO BOSS Konzerns so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird, sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns beschrieben sind.

Metzingen, 21. Februar 2024

HUGO BOSS AG
Der Vorstand

Daniel Grieder
Yves Müller
Oliver Timm

VERMERKE DES PRÜFERS

Bestätigungsvermerk des unabhängigen Abschlussprüfers

An die HUGO BOSS AG, Metzingen

Vermerk über die Prüfung des Konzernabschlusses und des Zusammengefassten Lageberichts

Prüfungsurteile

Wir haben den Konzernabschluss der HUGO BOSS AG, Metzingen, und ihrer Tochtergesellschaften (der Konzern) – bestehend aus der Konzernbilanz zum 31. Dezember 2023, der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung, der Konzerngesamtergebnisrechnung, der Konzerneigenkapitalveränderungsrechnung und der Konzernkapitalflussrechnung für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2023 sowie dem Konzernanhang, einschließlich einer Zusammenfassung bedeutsamer Rechnungslegungsmethoden – geprüft. Darüber hinaus haben wir den mit dem Lagebericht des Mutterunternehmens zusammengefassten Konzernlagebericht der HUGO BOSS AG, Metzingen, für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2023 geprüft. Die im zusammengefassten Lagebericht enthaltene zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung gemäß §§ 289b bis 289e und 315b und 315c HGB sowie die zusammengefasste Erklärung zur Unternehmensführung gemäß §§ 289f und 315d HGB, auf die im Kapitel „Rechtliche Angaben“ des zusammengefassten Lageberichts Bezug genommen wird, haben wir in Einklang mit den deutschen gesetzlichen Vorschriften nicht inhaltlich geprüft. Zudem haben wir den im zusammengefassten Lagebericht enthaltenen lageberichts-fremden und als ungeprüft gekennzeichneten Abschnitt „Wesentliche Merkmale des internen Kontroll- und Risikomanagementsystems“ nicht inhaltlich geprüft.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse

- entspricht der beigefügte Konzernabschluss in allen wesentlichen Belangen den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315e Abs. 1 HGB anzuwendenden deutschen gesetzlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung dieser Vorschriften ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens- und Finanzlage des Konzerns zum 31. Dezember 2023 sowie seiner Ertragslage für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2023 und
- vermittelt der beigefügte zusammengefasste Lagebericht insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns. In allen wesentlichen Belangen steht dieser zusammengefasste Lagebericht in Einklang mit dem Konzernabschluss, entspricht den deutschen gesetzlichen Vorschriften und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar. Unser Prüfungsurteil zum zusammengefassten Lagebericht erstreckt sich nicht auf die Inhalte der im zusammengefassten Lagebericht enthaltenen zusammengefassten nichtfinanziellen Erklärung sowie der zusammengefassten Erklärung zur Unternehmensführung, auf die im Kapitel „Rechtliche Angaben“ des zusammengefassten Lageberichts Bezug genommen wird sowie des oben genannten als ungeprüft gekennzeichneten lageberichts-fremden Abschnitts.

Gemäß § 322 Abs. 3 Satz 1 HGB erklären wir, dass unsere Prüfung zu keinen Einwendungen gegen die Ordnungsmäßigkeit des Konzernabschlusses und des zusammengefassten Lageberichts geführt hat.

Grundlage für die Prüfungsurteile

Wir haben unsere Prüfung des Konzernabschlusses und des zusammengefassten Lageberichts in Übereinstimmung mit § 317 HGB und der EU-Abschlussprüferverordnung (Nr. 537/2014; im Folgenden „EU-APrVO“) unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung durchgeführt. Unsere Verantwortung nach diesen Vorschriften und Grundsätzen ist im Abschnitt „Verantwortung des Abschlussprüfers für die Prüfung des Konzernabschlusses und des zusammengefassten Lageberichts“ unseres Bestätigungsvermerks weitergehend beschrieben. Wir sind von den Konzernunternehmen unabhängig in Übereinstimmung mit den europarechtlichen sowie den deutschen handelsrechtlichen und berufsrechtlichen Vorschriften und haben unsere sonstigen deutschen Berufspflichten in Übereinstimmung mit diesen Anforderungen erfüllt. Darüber hinaus erklären wir gemäß Artikel 10 Abs. 2 Buchst. f) EU-APrVO, dass wir keine verbotenen Nichtprüfungsleistungen nach Artikel 5 Abs. 1 EU-APrVO erbracht haben. Wir sind der Auffassung, dass die von uns erlangten Prüfungsnachweise ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unsere Prüfungsurteile zum Konzernabschluss und zum zusammengefassten Lagebericht zu dienen.

Besonders wichtige Prüfungssachverhalte in der Prüfung des Konzernabschlusses

Besonders wichtige Prüfungssachverhalte sind solche Sachverhalte, die nach unserem pflichtgemäßen Ermessen am bedeutsamsten in unserer Prüfung des Konzernabschlusses für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2023 waren. Diese Sachverhalte wurden im Zusammenhang mit unserer Prüfung des Konzernabschlusses als Ganzem und bei der Bildung unseres Prüfungsurteils hierzu berücksichtigt; wir geben kein gesondertes Prüfungsurteil zu diesen Sachverhalten ab.

Nachfolgend stellen wir die aus unserer Sicht besonders wichtigen Prüfungssachverhalte dar:

1. Bilanzierung von Miet- und Leasingverträgen
2. Werthaltigkeit der den konzerneigenen Einzelhandelsgeschäften zugeordneten Vermögenswerte des Anlagevermögens
3. Ansatz und Bewertung von aktiven latenten Steuern

Unsere Darstellung dieser besonders wichtigen Prüfungssachverhalte haben wir wie folgt strukturiert:

- a) Sachverhaltsbeschreibung (einschließlich Verweis auf zugehörige Angaben im Konzernabschluss)
- b) Prüferisches Vorgehen

1) Bilanzierung von Miet- und Leasingverträgen

a) Im Konzernabschluss werden Nutzungsrechte an Leasingobjekten in Höhe von Mio. EUR 722,1 sowie diesen gegenüberstehende kurz- und langfristige Leasingverbindlichkeiten in Höhe von Mio. EUR 793,2 ausgewiesen, dies entspricht rd. 20,8 % bzw. 22,8 % der Konzernbilanzsumme. Die Posten resultieren insbesondere aus

abgeschlossenen Miet- und Leasingverträgen für das konzerneigene Einzelhandelsgeschäft des HUGO BOSS Konzerns. Die Zusammensetzung des Vertragsportfolios unterliegt dabei regelmäßig bedeutenden Veränderungen aufgrund von Vertragsveränderungen, -kündigungen sowie auslaufenden Verträgen und Neuverträgen.

Vor diesem Hintergrund besteht ein erhöhtes Risiko falscher Darstellungen in der Rechnungslegung hinsichtlich der Vollständigkeit der Erfassung von Verträgen und deren Abbildung im Konzernabschluss. Aus diesem Grund haben wir die Bilanzierung von Miet- und Leasingverträgen als besonders wichtigen Prüfungssachverhalt angesehen.

Die Angaben zur Bilanzierung von Miet- und Leasingverträgen sind in den Abschnitten „Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden“ und „9 I Leasingverhältnisse“ des Konzernanhangs enthalten.

b) Bei unserer Prüfung haben wir uns ein Verständnis über die eingerichteten Prozesse zur Genehmigung, Erfassung und Validierung von Miet- und Leasingverträgen verschafft. Dabei haben wir die Ausgestaltung und Einrichtung sowie die Wirksamkeit ausgewählter rechnungslegungsbezogener interner Kontrollen zur Sicherstellung der vollständigen Erfassung und rechnerisch korrekten Wertermittlung der Nutzungsrechte und Leasingverbindlichkeiten geprüft. Ferner haben wir in Stichproben Neuverträge und Vertragsveränderungen im Geschäftsjahr 2023 hinsichtlich der Behandlung nach IFRS 16 beurteilt und die einschlägigen Daten in den Miet- und Leasingverträgen mit den in die Wertermittlung der Nutzungswerte und Leasingverbindlichkeiten eingeflossenen Daten verglichen. Ebenso erfolgte eine Überprüfung der rechnerischen Richtigkeit der Wertermittlung in Stichproben hinsichtlich der Nutzungsrechte, der Leasingverbindlichkeiten sowie der Abschreibungen und Zinsaufwendungen. Zur Beurteilung der Vollständigkeit der bilanzierten Leasingverträge haben wir neben Befragungen zusätzlich auf Basis einer Stichprobe die sachgerechte Behandlung nach IFRS 16 überprüft.

Zudem haben wir die Vollständigkeit und Richtigkeit der nach IFRS 16 geforderten Angaben im Konzernanhang geprüft.

2) Werthaltigkeit der den konzerneigenen Einzelhandelsgeschäften zugeordneten Vermögenswerte des Anlagevermögens

a) Der wesentliche Teil der langfristigen Vermögenswerte des HUGO BOSS Konzerns entfällt auf die den konzerneigenen Einzelhandelsgeschäften (Directly operated stores, im Folgenden kurz: „DOS“) zugeordneten und unter den Nutzungsrechten an Leasingobjekten und Sachanlagen ausgewiesenen Vermögenswerte. Diese werden bei Vorliegen von Anhaltspunkten einer Wertminderung zum Abschlussstichtag einem Werthaltigkeitstest (Impairment Test) unterzogen. Als zahlungsmittelgenerierende Einheiten wurden die konzerneigenen Einzelhandelsgeschäfte festgelegt. Im Rahmen des Impairment Tests werden die auf Basis der von den gesetzlichen Vertretern verabschiedeten und vom Aufsichtsrat genehmigten Planung ermittelten künftigen Zahlungsmittelzuflüsse im Rahmen eines Discounted Cashflow-Verfahrens diskontiert. Die Planung wird unter Anwendung branchen- und länderspezifischer Wachstumsraten fortgeschrieben. Hierbei werden auch Erwartungen über künftige Marktentwicklungen und länderspezifische Annahmen berücksichtigt. Die Diskontierung erfolgt mittels der gewichteten Kapitalkosten der jeweiligen zahlungsmittelgenerierenden Einheit.

Das Ergebnis dieser Bewertung ist in hohem Maße von der Einschätzung der gesetzlichen Vertreter über die künftigen Zahlungsmittelzuflüsse, die spezifischen Wachstumsraten sowie die zur Diskontierung verwendeten gewichteten Kapitalkosten abhängig und daher mit Unsicherheiten und Ermessensspielräumen behaftet. Vor diesem Hintergrund haben wir die Werthaltigkeit der den konzerneigenen DOS zugeordneten Vermögenswerte des Anlagevermögens im Rahmen unserer Prüfung als besonders wichtigen Prüfungssachverhalt klassifiziert.

Die Angaben zur Ermittlung, Bilanzierung und Bewertung der den DOS zugeordneten Vermögenswerte sind in den Abschnitten „Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden“ und „10 I Werthaltigkeitstests“ des Konzernanhangs enthalten.

b) Im Rahmen unserer Prüfung haben wir uns ein Verständnis über die eingerichteten Prozesse und Kontrollen verschafft und die Angemessenheit und Implementierung der von der Gesellschaft eingerichteten Prozesse sowie die Wirksamkeit ausgewählter zugehöriger Kontrollen geprüft. Wir haben das Bewertungsmodell, insbesondere dessen methodische und rechnerische Richtigkeit, unter Einbeziehung unserer internen Bewertungsspezialisten gewürdigt. Zur Beurteilung der Qualität und Verlässlichkeit der Unternehmensplanung haben wir die Planung ausgewählter Geschäftsjahre mit den tatsächlich erzielten Ergebnissen verglichen und wesentliche Abweichungen im Einzelfall analysiert (Planungstreue). Weiterhin haben wir während unserer Prüfung beurteilt, inwieweit die Bewertung durch Subjektivität, Komplexität oder sonstige inhärente Risikofaktoren beeinflussbar ist. Ob die bei der Berechnung verwendeten Datenquellen sowie die geplanten künftigen Zahlungsmittelflüsse eine sachgerechte Grundlage bilden, haben wir insbesondere durch deren Abgleich mit der von den gesetzlichen Vertretern verabschiedeten und vom Aufsichtsrat genehmigten Planung sowie durch Befragung der Verantwortlichen zu den wesentlichen Annahmen und Prämissen dieser Planung überprüft. Darüber hinaus haben wir diese kritisch hinterfragt und unter Berücksichtigung von gesamtwirtschaftlichen und branchenspezifischen Markterwartungen plausibilisiert. Da ein bedeutender Teil des jeweiligen Nutzungswerts aus prognostizierten Zahlungsmittelflüssen für die Zeit nach dem Detailplanungszeitraum von grundsätzlich einem Jahr resultiert, haben wir insbesondere die für diese Phase angesetzte nachhaltige Retail-Wachstumsrate durch Abgleich mit internen und externen Daten kritisch gewürdigt. Die Ableitung der Diskontierungszinssätze und deren einzelner Bestandteile haben wir unter Einbeziehung unserer internen Bewertungsspezialisten gewürdigt, indem wir insbesondere die Angemessenheit der Peer Group hinterfragt, die verwendeten Marktdaten mit externen Nachweisen abgeglichen und die rechnerische Richtigkeit des Modells nachvollzogen haben.

Zudem haben wir die nach IAS 36 geforderten Angaben im Konzernanhang auf Vollständigkeit und Richtigkeit geprüft.

3) Ansatz und Bewertung von aktiven latenten Steuern

a) Im Konzernabschluss werden nach Saldierung mit passiven latenten Steuern aktive latente Steuern in Höhe von insgesamt Mio. EUR 130,5 ausgewiesen. Diese beruhen zum einen auf abzugsfähigen temporären Differenzen zwischen den lokalen Steuerbilanzwerten und den Buchwerten in der Konzernbilanz, wobei aufgrund der Planung des Konzerns davon ausgegangen wird, dass sich diese in den Folgejahren umkehren. Ferner besteht dieser Posten aus aktivierten latenten Steuern auf steuerliche Verlustvorträge in Höhe von Mio. EUR 21,0, soweit erwartet wird, dass deren Verrechnung mit künftigen zu versteuernden Ergebnissen wahrscheinlich ist.

Das Ergebnis der Berechnung der aktiven latenten Steuern ist in hohem Maße von der Einschätzung der künftigen steuerwirksamen Erträge und Aufwendungen sowie den Annahmen über den Zeitpunkt von Umkehreffekten aus den temporären Differenzen durch die gesetzlichen Vertreter abhängig und daher mit einer erheblichen Unsicherheit und Ermessen behaftet. Aus diesem Grund haben wir Ansatz und Bewertung der aktiven latenten Steuern als besonders wichtigen Prüfungssachverhalt angesehen.

Die Angaben zu Ansatz und Bewertung von aktiven latenten Steuern sind in den Abschnitten „Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden“ und „5 I Ertragsteuern“ des Konzernanhangs enthalten.

b) Da bei geschätzten Werten ein erhöhtes Risiko falscher Angaben in der Rechnungslegung besteht, und aufgrund der Komplexität der steuerlichen Regelungen und Gesetzgebungen, haben wir unsere internen Steuerexperten zur Prüfung der Angemessenheit der Bewertungsverfahren hinzugezogen und mit diesen während der Prüfung untersucht, inwieweit diese durch Subjektivität, Komplexität oder sonstige inhärente Risikofaktoren beeinflussbar sind. Von der Angemessenheit der für die Berechnung prognostizierten, künftigen steuerwirksamen Erträge und Aufwendungen haben wir uns unter anderem durch den Abgleich der zugrundeliegenden Steuerplanungen mit den aktuellen Planwerten aus der von den gesetzlichen Vertretern verabschiedeten und vom Aufsichtsrat genehmigten Planung überzeugt. Aufgrund der Tatsache, dass die Bewertung der aktiven latenten Steuern auch von volkswirtschaftlichen Rahmenbedingungen abhängt, die außerhalb der Einflussmöglichkeit des Konzerns liegen, haben wir ergänzend Sensitivitätsanalysen für die geplanten steuerlichen Ergebnisse durchgeführt. Im Hinblick auf die Planung haben wir den Ansatz der latenten Steuern und die zugrunde liegenden Annahmen der gesetzlichen Vertreter hinterfragt, indem wir die zukünftige steuerliche Ertragssituation der einzelnen Gesellschaften auf Basis der Planungen beurteilt und die Angemessenheit der verwendeten Planungsgrundlagen gewürdigt haben.

Sonstige Informationen

Die gesetzlichen Vertreter bzw. der Aufsichtsrat sind für die sonstigen Informationen verantwortlich. Die sonstigen Informationen umfassen:

- Bericht des Aufsichtsrats,
- die im zusammengefassten Lagebericht enthaltene zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung,
- die zusammengefasste Erklärung zur Unternehmensführung, auf die im Kapitel „Rechtliche Angaben“ des zusammengefassten Lageberichts Bezug genommen wird und die zusätzlich im Abschnitt „Corporate Governance und Erklärung zur Unternehmensführung“ des Geschäftsberichts abgedruckt ist,
- den im zusammengefassten Lagebericht enthaltenen lageberichts-fremden und als ungeprüft gekennzeichneten Abschnitt „Wesentliche Merkmale des internen Kontroll- und Risikomanagementsystems“,
- den Vergütungsbericht nach § 162 AktG,
- die Versicherung der gesetzlichen Vertreter nach § 297 Abs. 2 Satz 4 HGB bzw. nach § 315 Abs. 1 Satz 5 HGB zum Konzernabschluss und zum zusammengefassten Lagebericht,
- alle übrigen Teile des Geschäftsberichts mit Ausnahme des Kapitels „Rechtliche Angaben“,

- aber nicht den Konzernabschluss, nicht die inhaltlich geprüften Angaben im zusammengefassten Lagebericht und nicht unseren dazugehörigen Bestätigungsvermerk.

Der Aufsichtsrat ist für den Bericht des Aufsichtsrats verantwortlich. Für die Erklärung nach § 161 AktG zum Deutschen Corporate Governance Kodex, die Bestandteil der zusammengefassten Erklärung zur Unternehmensführung ist, und für den im Kapitel „Corporate Governance“ des Geschäftsberichts enthaltenen Vergütungsbericht sind die gesetzlichen Vertreter und der Aufsichtsrat verantwortlich. Im Übrigen sind die gesetzlichen Vertreter für die sonstigen Informationen verantwortlich.

Unsere Prüfungsurteile zum Konzernabschluss und zum zusammengefassten Lagebericht erstrecken sich nicht auf die sonstigen Informationen, und dementsprechend geben wir weder ein Prüfungsurteil noch irgendeine andere Form von Prüfungsschlussfolgerung hierzu ab.

Im Zusammenhang mit unserer Prüfung haben wir die Verantwortung, die oben genannten sonstigen Informationen zu lesen und dabei zu würdigen, ob die sonstigen Informationen

- wesentliche Unstimmigkeiten zum Konzernabschluss, zu den inhaltlich geprüften Angaben im zusammengefassten Lagebericht oder zu unseren bei der Prüfung erlangten Kenntnissen aufweisen oder
- anderweitig wesentlich falsch dargestellt erscheinen.

Verantwortung der gesetzlichen Vertreter und des Aufsichtsrats für den Konzernabschluss und den zusammengefassten Lagebericht

Die gesetzlichen Vertreter sind verantwortlich für die Aufstellung des Konzernabschlusses, der den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315e Abs. 1 HGB anzuwendenden deutschen gesetzlichen Vorschriften in allen wesentlichen Belangen entspricht, und dafür, dass der Konzernabschluss unter Beachtung dieser Vorschriften ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die internen Kontrollen, die sie als notwendig bestimmt haben, um die Aufstellung eines Konzernabschlusses zu ermöglichen, der frei von wesentlichen falschen Darstellungen aufgrund von dolosen Handlungen (d. h. Manipulationen der Rechnungslegung und Vermögensschädigungen) oder Irrtümern ist.

Bei der Aufstellung des Konzernabschlusses sind die gesetzlichen Vertreter dafür verantwortlich, die Fähigkeit des Konzerns zur Fortführung der Unternehmenstätigkeit zu beurteilen. Des Weiteren haben sie die Verantwortung, Sachverhalte im Zusammenhang mit der Fortführung der Unternehmenstätigkeit, sofern einschlägig, anzugeben. Darüber hinaus sind sie dafür verantwortlich, auf der Grundlage des Rechnungslegungsgrundsatzes der Fortführung der Unternehmenstätigkeit zu bilanzieren, es sei denn, es besteht die Absicht, den Konzern zu liquidieren, oder der Einstellung des Geschäftsbetriebs, oder es besteht keine realistische Alternative dazu.

Außerdem sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die Aufstellung des zusammengefassten Lageberichts, der insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns vermittelt sowie in allen wesentlichen Belangen mit dem Konzernabschluss in Einklang steht, den deutschen gesetzlichen Vorschriften entspricht und die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend darstellt. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die Vorkehrungen und Maßnahmen (Systeme), die sie als notwendig erachtet

haben, um die Aufstellung eines zusammengefassten Lageberichts in Übereinstimmung mit den anzuwendenden deutschen gesetzlichen Vorschriften zu ermöglichen und um ausreichende geeignete Nachweise für die Aussagen im zusammengefassten Lagebericht erbringen zu können.

Der Aufsichtsrat ist verantwortlich für die Überwachung des Rechnungslegungsprozesses des Konzerns zur Aufstellung des Konzernabschlusses und des zusammengefassten Lageberichts.

Verantwortung des Abschlussprüfers für die Prüfung des Konzernabschlusses und des zusammengefassten Lageberichts

Unsere Zielsetzung ist, hinreichende Sicherheit darüber zu erlangen, ob der Konzernabschluss als Ganzes frei von wesentlichen falschen Darstellungen aufgrund von dolosen Handlungen oder Irrtümern ist, und ob der zusammengefasste Lagebericht insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns vermittelt sowie in allen wesentlichen Belangen mit dem Konzernabschluss sowie mit den bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnissen in Einklang steht, den deutschen gesetzlichen Vorschriften entspricht und die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend darstellt, sowie einen Bestätigungsvermerk zu erteilen, der unsere Prüfungsurteile zum Konzernabschluss und zum zusammengefassten Lagebericht beinhaltet.

Hinreichende Sicherheit ist ein hohes Maß an Sicherheit, aber keine Garantie dafür, dass eine in Übereinstimmung mit § 317 HGB und der EU-APrVO unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung durchgeführte Prüfung eine wesentliche falsche Darstellung stets aufdeckt. Falsche Darstellungen können aus dolosen Handlungen oder Irrtümern resultieren und werden als wesentlich angesehen, wenn vernünftigerweise erwartet werden könnte, dass sie einzeln oder insgesamt die auf der Grundlage dieses Konzernabschlusses und zusammengefassten Lageberichts getroffenen wirtschaftlichen Entscheidungen von Adressaten beeinflussen.

Während der Prüfung üben wir pflichtgemäßes Ermessen aus und bewahren eine kritische Grundhaltung. Darüber hinaus

- identifizieren und beurteilen wir die Risiken wesentlicher falscher Darstellungen im Konzernabschluss und im zusammengefassten Lagebericht aufgrund von dolosen Handlungen oder Irrtümern, planen und führen Prüfungshandlungen als Reaktion auf diese Risiken durch sowie erlangen Prüfungsnachweise, die ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unsere Prüfungsurteile zu dienen. Das Risiko, dass aus dolosen Handlungen resultierende wesentliche falsche Darstellungen nicht aufgedeckt werden, ist höher als das Risiko, dass aus Irrtümern resultierende wesentliche falsche Darstellungen nicht aufgedeckt werden, da dolose Handlungen kollusives Zusammenwirken, Fälschungen, beabsichtigte Unvollständigkeiten, irreführende Darstellungen bzw. das Außerkraftsetzen interner Kontrollen beinhalten können.
- gewinnen wir ein Verständnis von dem für die Prüfung des Konzernabschlusses relevanten internen Kontrollsystem und den für die Prüfung des zusammengefassten Lageberichts relevanten Vorkehrungen und Maßnahmen, um Prüfungshandlungen zu planen, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind, jedoch nicht mit dem Ziel, ein Prüfungsurteil zur Wirksamkeit dieser Systeme abzugeben.
- beurteilen wir die Angemessenheit der von den gesetzlichen Vertretern angewandten Rechnungslegungsmethoden sowie die Vertretbarkeit der von den gesetzlichen Vertretern dargestellten geschätzten Werte und damit zusammenhängenden Angaben.

- ziehen wir Schlussfolgerungen über die Angemessenheit des von den gesetzlichen Vertretern angewandten Rechnungslegungsgrundsatzes der Fortführung der Unternehmenstätigkeit sowie, auf der Grundlage der erlangten Prüfungsnachweise, ob eine wesentliche Unsicherheit im Zusammenhang mit Ereignissen oder Gegebenheiten besteht, die bedeutsame Zweifel an der Fähigkeit des Konzerns zur Fortführung der Unternehmenstätigkeit aufwerfen können. Falls wir zu dem Schluss kommen, dass eine wesentliche Unsicherheit besteht, sind wir verpflichtet, im Bestätigungsvermerk auf die dazugehörigen Angaben im Konzernabschluss und im zusammengefassten Lagebericht aufmerksam zu machen oder, falls diese Angaben unangemessen sind, unser jeweiliges Prüfungsurteil zu modifizieren. Wir ziehen unsere Schlussfolgerungen auf der Grundlage der bis zum Datum unseres Bestätigungsvermerks erlangten Prüfungsnachweise. Zukünftige Ereignisse oder Gegebenheiten können jedoch dazu führen, dass der Konzern seine Unternehmenstätigkeit nicht mehr fortführen kann.
- beurteilen wir Darstellung, Aufbau und Inhalt des Konzernabschlusses insgesamt einschließlich der Angaben sowie ob der Konzernabschluss die zugrunde liegenden Geschäftsvorfälle und Ereignisse so darstellt, dass der Konzernabschluss unter Beachtung der IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und der ergänzend nach § 315e Abs. 1 HGB anzuwendenden deutschen gesetzlichen Vorschriften ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt.
- holen wir ausreichende geeignete Prüfungsnachweise für die Rechnungslegungsinformationen der Unternehmen oder Geschäftstätigkeiten innerhalb des Konzerns ein, um Prüfungsurteile zum Konzernabschluss und zum zusammengefassten Lagebericht abzugeben. Wir sind verantwortlich für die Anleitung, Beaufsichtigung und Durchführung der Konzernabschlussprüfung. Wir tragen die alleinige Verantwortung für unsere Prüfungsurteile.
- beurteilen wir den Einklang des zusammengefassten Lageberichts mit dem Konzernabschluss, seine Gesetzesentsprechung und das von ihm vermittelte Bild von der Lage des Konzerns.
- führen wir Prüfungshandlungen zu den von den gesetzlichen Vertretern dargestellten zukunftsorientierten Angaben im zusammengefassten Lagebericht durch. Auf Basis ausreichender geeigneter Prüfungsnachweise vollziehen wir dabei insbesondere die den zukunftsorientierten Angaben von den gesetzlichen Vertretern zugrunde gelegten bedeutsamen Annahmen nach und beurteilen die sachgerechte Ableitung der zukunftsorientierten Angaben aus diesen Annahmen. Ein eigenständiges Prüfungsurteil zu den zukunftsorientierten Angaben sowie zu den zugrunde liegenden Annahmen geben wir nicht ab. Es besteht ein erhebliches unvermeidbares Risiko, dass künftige Ereignisse wesentlich von den zukunftsorientierten Angaben abweichen.

Wir erörtern mit den für die Überwachung Verantwortlichen unter anderem den geplanten Umfang und die Zeitplanung der Prüfung sowie bedeutsame Prüfungsfeststellungen, einschließlich etwaiger bedeutsamer Mängel im internen Kontrollsystem, die wir während unserer Prüfung feststellen.

Wir geben gegenüber den für die Überwachung Verantwortlichen eine Erklärung ab, dass wir die relevanten Unabhängigkeitsanforderungen eingehalten haben, und erörtern mit ihnen alle Beziehungen und sonstigen Sachverhalte, von denen vernünftigerweise angenommen werden kann, dass sie sich auf unsere Unabhängigkeit auswirken, und, sofern einschlägig, die zur Beseitigung von Unabhängigkeitsgefährdungen vorgenommenen Handlungen oder ergriffenen Schutzmaßnahmen.

Wir bestimmen von den Sachverhalten, die wir mit den für die Überwachung Verantwortlichen erörtert haben, diejenigen Sachverhalte, die in der Prüfung des Konzernabschlusses für den aktuellen Berichtszeitraum am bedeutsamsten waren und daher die besonders wichtigen Prüfungssachverhalte sind. Wir beschreiben diese Sachverhalte im Bestätigungsvermerk, es sei denn, Gesetze oder andere Rechtsvorschriften schließen die öffentliche Angabe des Sachverhalts aus.

Sonstige gesetzliche und andere rechtliche Anforderungen

Vermerk über die Prüfung der für Zwecke der Offenlegung erstellten elektronischen Wiedergaben des Konzernabschlusses und des zusammengefassten Lageberichts nach § 317 Abs. 3a HGB

Prüfungsurteil

Wir haben gemäß § 317 Abs. 3a HGB eine Prüfung mit hinreichender Sicherheit durchgeführt, ob die in der Datei, die den SHA-256-Wert 514d61497e9f8f714a5891d16e4dfda020f4716607ab888727bba8f6e3fc8bd4 aufweist, enthaltenen und für Zwecke der Offenlegung erstellten Wiedergaben des Konzernabschlusses und des zusammengefassten Lageberichts (im Folgenden auch als „ESEF-Unterlagen“ bezeichnet) den Vorgaben des § 328 Abs. 1 HGB an das elektronische Berichtsformat („ESEF-Format“) in allen wesentlichen Belangen entsprechen. In Einklang mit den deutschen gesetzlichen Vorschriften erstreckt sich diese Prüfung nur auf die Überführung der Informationen des Konzernabschlusses und des zusammengefassten Lageberichts in das ESEF-Format und daher weder auf die in diesen Wiedergaben enthaltenen noch auf andere in der oben genannten Datei enthaltene Informationen.

Nach unserer Beurteilung entsprechen die in der oben genannten Datei enthaltenen und für Zwecke der Offenlegung erstellten Wiedergaben des Konzernabschlusses und des zusammengefassten Lageberichts in allen wesentlichen Belangen den Vorgaben des § 328 Abs. 1 HGB an das elektronische Berichtsformat. Über dieses Prüfungsurteil sowie unsere im voranstehenden „Vermerk über die Prüfung des Konzernabschlusses und des zusammengefassten Lageberichts“ enthaltenen Prüfungsurteile zum beigefügten Konzernabschluss und zum beigefügten zusammengefassten Lagebericht für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2023 hinaus geben wir keinerlei Prüfungsurteil zu den in diesen Wiedergaben enthaltenen Informationen sowie zu den anderen in der oben genannten Datei enthaltenen Informationen ab.

Grundlage für das Prüfungsurteil

Wir haben unsere Prüfung der in der oben genannten Datei enthaltenen Wiedergaben des Konzernabschlusses und des zusammengefassten Lageberichts in Übereinstimmung mit § 317 Abs. 3a HGB unter Beachtung des IDW Prüfungsstandards: Prüfung der für Zwecke der Offenlegung erstellten elektronischen Wiedergaben von Abschlüssen und Lageberichten nach § 317 Abs. 3a HGB (IDW PS 410 (06.2022)) durchgeführt. Unsere Verantwortung danach ist im Abschnitt „Verantwortung des Konzernabschlussprüfers für die Prüfung der ESEF-Unterlagen“ weitergehend beschrieben. Unsere Wirtschaftsprüferpraxis hat die Anforderungen der IDW Qualitätsmanagementstandards angewendet.

Verantwortung der gesetzlichen Vertreter und des Aufsichtsrats für die ESEF-Unterlagen

Die gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft sind verantwortlich für die Erstellung der ESEF-Unterlagen mit den elektronischen Wiedergaben des Konzernabschlusses und des zusammengefassten Lageberichts nach Maßgabe des § 328 Abs. 1 Satz 4 Nr. 1 HGB und für die Auszeichnung des Konzernabschlusses nach Maßgabe des § 328 Abs. 1 Satz 4 Nr. 2 HGB.

Ferner sind die gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft verantwortlich für die internen Kontrollen, die sie als notwendig erachten, um die Erstellung der ESEF-Unterlagen zu ermöglichen, die frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – Verstößen gegen die Vorgaben des § 328 Abs. 1 HGB an das elektronische Berichtsformat sind.

Der Aufsichtsrat ist verantwortlich für die Überwachung des Prozesses der Erstellung der ESEF-Unterlagen als Teil des Rechnungslegungsprozesses.

Verantwortung des Konzernabschlussprüfers für die Prüfung der ESEF-Unterlagen

Unsere Zielsetzung ist, hinreichende Sicherheit darüber zu erlangen, ob die ESEF-Unterlagen frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – Verstößen gegen die Anforderungen des § 328 Abs. 1 HGB sind. Während der Prüfung üben wir pflichtgemäßes Ermessen aus und bewahren eine kritische Grundhaltung. Darüber hinaus

- identifizieren und beurteilen wir die Risiken wesentlicher – beabsichtigter oder unbeabsichtigter – Verstöße gegen die Anforderungen des § 328 Abs. 1 HGB, planen und führen Prüfungshandlungen als Reaktion auf diese Risiken durch sowie erlangen Prüfungsnachweise, die ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unser Prüfungsurteil zu dienen.
- gewinnen wir ein Verständnis von den für die Prüfung der ESEF-Unterlagen relevanten internen Kontrollen, um Prüfungshandlungen zu planen, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind, jedoch nicht mit dem Ziel, ein Prüfungsurteil zur Wirksamkeit dieser Kontrollen abzugeben.
- beurteilen wir die technische Gültigkeit der ESEF-Unterlagen, d.h. ob die ESEF-Unterlagen enthaltende Datei die Vorgaben der Delegierten Verordnung (EU) 2019/815 in der zum Abschlussstichtag geltenden Fassung an die technische Spezifikation für diese Datei erfüllt.
- beurteilen wir, ob die ESEF-Unterlagen eine inhaltsgleiche XHTML-Wiedergabe des geprüften Konzernabschlusses und des geprüften zusammengefassten Lageberichts ermöglichen.
- beurteilen wir, ob die Auszeichnung der ESEF-Unterlagen mit Inline XBRL-Technologie (iXBRL) nach Maßgabe der Artikel 4 und 6 der Delegierten Verordnung (EU) 2019/815 in der zum Abschlussstichtag geltenden Fassung eine angemessene und vollständige maschinenlesbare XBRL-Kopie der XHTML-Wiedergabe ermöglicht.

Übrige Angaben gemäß Artikel 10 EU-APrVO

Wir wurden von der Hauptversammlung am 9. Mai 2023 als Konzernabschlussprüfer gewählt. Wir wurden am 20. Oktober 2023 vom Aufsichtsrat beauftragt. Wir sind ununterbrochen seit dem Geschäftsjahr 2022 als Konzernabschlussprüfer der HUGO BOSS AG, Metzingen, tätig.

Wir erklären, dass die in diesem Bestätigungsvermerk enthaltenen Prüfungsurteile mit dem zusätzlichen Bericht an den Prüfungsausschuss nach Artikel 11 EU-APrVO (Prüfungsbericht) in Einklang stehen.

Sonstiger Sachverhalt – Verwendung des Bestätigungsvermerks

Unser Bestätigungsvermerk ist stets im Zusammenhang mit dem geprüften Konzernabschluss und dem geprüften zusammengefassten Lagebericht sowie den geprüften ESEF-Unterlagen zu lesen. Der in das ESEF-Format überführte Konzernabschluss und zusammengefasste Lagebericht – auch die in das Unternehmensregister einzustellenden Fassungen – sind lediglich elektronische Wiedergaben des geprüften Konzernabschlusses und des geprüften zusammengefassten Lageberichts und treten nicht an deren Stelle. Insbesondere ist der ESEF-Vermerk und unser darin enthaltenes Prüfungsurteil nur in Verbindung mit den in elektronischer Form bereitgestellten geprüften ESEF-Unterlagen verwendbar.

Verantwortlicher Wirtschaftsprüfer

Der für die Prüfung verantwortliche Wirtschaftsprüfer ist Marco Koch.

Stuttgart, den 1. März 2024

Deloitte GmbH

Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Dr. Thomas Reitmayr
Wirtschaftsprüfer

Marco Koch
Wirtschaftsprüfer

Vermerk des unabhängigen Wirtschaftsprüfers über die Prüfung des Vergütungsberichts nach § 162 Abs. 3 AktG

An die HUGO BOSS AG, Metzingen

Prüfungsurteil

Wir haben den Vergütungsbericht der HUGO BOSS AG, Metzingen für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2023 daraufhin formell geprüft, ob die Angaben nach § 162 Abs. 1 und 2 AktG im Vergütungsbericht gemacht wurden. In Einklang mit § 162 Abs. 3 AktG haben wir den Vergütungsbericht nicht inhaltlich geprüft.

Nach unserer Beurteilung sind im beigefügten Vergütungsbericht in allen wesentlichen Belangen die Angaben nach § 162 Abs. 1 und 2 AktG gemacht worden. Unser Prüfungsurteil erstreckt sich nicht auf den Inhalt des Vergütungsberichts.

Grundlage für das Prüfungsurteil

Wir haben unsere Prüfung des Vergütungsberichts in Übereinstimmung mit § 162 Abs. 3 AktG unter Beachtung des IDW Prüfungsstandards: Die Prüfung des Vergütungsberichts nach § 162 Abs. 3 AktG (IDW PS 870 (09.2023)) durchgeführt. Unsere Verantwortung nach dieser Vorschrift und diesem Standard ist im Abschnitt „Verantwortung des Wirtschaftsprüfers“ unseres Vermerks weitergehend beschrieben. Wir haben als Wirtschaftsprüferpraxis die Anforderungen der IDW Qualitätsmanagementstandards angewendet. Die Berufspflichten gemäß der Wirtschaftsprüferordnung und der Berufssatzung für Wirtschaftsprüfer/vereidigte Buchprüfer einschließlich der Anforderungen an die Unabhängigkeit haben wir eingehalten.

Verantwortung des Vorstands und des Aufsichtsrats

Der Vorstand und der Aufsichtsrat sind verantwortlich für die Aufstellung des Vergütungsberichts, einschließlich der dazugehörigen Angaben, der den Anforderungen des § 162 AktG entspricht. Ferner sind sie verantwortlich für die internen Kontrollen, die sie als notwendig erachten, um die Aufstellung eines Vergütungsberichts, einschließlich der dazugehörigen Angaben, zu ermöglichen, der frei von wesentlichen falschen Darstellungen aufgrund von dolosen Handlungen (d.h. Manipulationen der Rechnungslegung und Vermögensschädigungen) oder Irrtümern ist.

Verantwortung des Wirtschaftsprüfers

Unsere Zielsetzung ist, hinreichende Sicherheit darüber zu erlangen, ob im Vergütungsbericht in allen wesentlichen Belangen die Angaben nach § 162 Abs. 1 und 2 AktG gemacht worden sind, und hierüber ein Prüfungsurteil in einem Vermerk abzugeben.

Wir haben unsere Prüfung so geplant und durchgeführt, dass wir durch einen Vergleich der im Vergütungsbericht gemachten Angaben mit den in § 162 Abs. 1 und 2 AktG geforderten Angaben die formelle Vollständigkeit des Vergütungsberichts feststellen können. In Einklang mit § 162 Abs. 3 AktG haben wir die inhaltliche Richtigkeit der Angaben, die inhaltliche Vollständigkeit der einzelnen Angaben oder die angemessene Darstellung des Vergütungsberichts nicht geprüft.

Stuttgart, den 6. März 2024

Deloitte GmbH

Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Dr. Thomas Reitmayr
Wirtschaftsprüfer

Marco Koch
Wirtschaftsprüfer

Vermerk des unabhängigen Wirtschaftsprüfers über eine betriebswirtschaftliche Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit in Bezug auf die zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung

An die HUGO BOSS AG, Metzingen

Unser Auftrag

Wir haben die im Konzernlagebericht, der mit dem Lagebericht zusammengefasst ist, enthaltene nichtfinanzielle Erklärung der HUGO BOSS AG, Metzingen, (im Folgenden „die Gesellschaft“), die mit der nichtfinanziellen Konzernerklärung der Gesellschaft zusammengefasst wurde, für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2023 (im Folgenden „zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung“) einer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit unterzogen.

Nicht Gegenstand unserer Prüfung sind die in der zusammengefassten nichtfinanziellen Erklärung enthaltenen Angaben zu Scope 3-Emissionen, die als ungeprüft gekennzeichnet sind, sowie die genannten externen Dokumentationsquellen und Internetseiten der Gesellschaft, auf die in der zusammengefassten nichtfinanzielle Erklärung verwiesen wird.

Verantwortung der gesetzlichen Vertreter

Die gesetzlichen Vertreter der HUGO BOSS AG sind verantwortlich für die Aufstellung der nichtfinanziellen Berichterstattung in Übereinstimmung mit den §§ 289c bis 289e HGB, §§ 315c i.V.m. 289c bis 289e HGB und Artikel 8 der Verordnung (EU) 2020/852 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 18. Juni 2020 über die Einrichtung eines Rahmens zur Erleichterung nachhaltiger Investitionen und zur Änderung der Verordnung (EU) 2019/2088 (im Folgenden die „EU-Taxonomieverordnung“) und den hierzu erlassenen delegierten Rechtsakten sowie mit der im Abschnitt „EU-Taxonomie“ der nichtfinanziellen Berichterstattung dargestellten Auslegung der in der EU-Taxonomieverordnung und den hierzu erlassenen delegierten Rechtsakten enthaltenen Formulierungen und Begriffe durch die gesetzlichen Vertreter.

Diese Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft umfasst die Auswahl und die Anwendung angemessener Methoden zur nichtfinanziellen Berichterstattung sowie das Treffen von Annahmen und die Vornahme von Schätzungen zu einzelnen nichtfinanziellen Angaben, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die internen Kontrollen, die sie als notwendig erachtet haben, um die Aufstellung einer nichtfinanziellen Berichterstattung zu ermöglichen, die frei von wesentlichen falschen Darstellungen aufgrund von dolosen Handlungen (d.h. Manipulation der nichtfinanziellen Berichterstattung) oder Irrtümern ist.

Die EU-Taxonomieverordnung und die hierzu erlassenen delegierten Rechtsakte enthalten Formulierungen und Begriffe, die noch erheblichen Auslegungsunsicherheiten unterliegen und für die noch nicht in jedem Fall Klarstellungen veröffentlicht wurden. Daher haben die gesetzlichen Vertreter ihre Auslegung der EU-Taxonomieverordnung und der hierzu erlassenen delegierten Rechtsakte im Abschnitt „EU-Taxonomie“

der nichtfinanziellen Berichterstattung niedergelegt. Sie sind verantwortlich für die Vertretbarkeit dieser Auslegung. Aufgrund des immanenten Risikos, dass unbestimmte Rechtsbegriffe unterschiedlich ausgelegt werden können, ist die Rechtskonformität der Auslegung mit Unsicherheiten behaftet.

Die Genauigkeit und Vollständigkeit der Umweltdaten der nichtfinanziellen Berichterstattung unterliegen inhärent vorhandenen Grenzen, welche aus der Art und Weise der Datenerhebung und -berechnung sowie getroffenen Annahmen resultieren.

Unabhängigkeit und Qualitätssicherung der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Wir haben die deutschen berufsrechtlichen Vorschriften zur Unabhängigkeit sowie weitere berufliche Verhaltensanforderungen eingehalten.

Unsere Wirtschaftsprüfungsgesellschaft wendet die nationalen gesetzlichen Regelungen und berufsständischen Verlautbarungen – insbesondere der Berufssatzung für Wirtschaftsprüfer und vereidigte Buchprüfer (BS WP/vBP) sowie der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) herausgegebenen Qualitätsmanagementstandards – an und unterhält dementsprechend ein umfangreiches Qualitätsmanagementsystem, das dokumentierte Regelungen und Maßnahmen in Bezug auf die Einhaltung beruflicher Verhaltensanforderungen, beruflicher Standards sowie maßgebender gesetzlicher und anderer rechtlicher Anforderungen umfasst.

Verantwortung des Wirtschaftsprüfers

Unsere Aufgabe ist es, auf Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung ein Prüfungsurteil mit begrenzter Sicherheit über die nichtfinanzielle Berichterstattung abzugeben.

Wir haben unsere betriebswirtschaftliche Prüfung unter Beachtung des International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 (Revised): „Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information“, herausgegeben vom IAASB, durchgeführt. Danach haben wir die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass wir mit begrenzter Sicherheit beurteilen können, ob uns Sachverhalte bekannt geworden sind, die uns zu der Auffassung gelangen lassen, dass die nichtfinanzielle Berichterstattung mit Ausnahme der dort genannten externen Dokumentationsquellen und Internetseiten der Gesellschaft, auf die in der nichtfinanziellen Berichterstattung verwiesen wird, nicht in allen wesentlichen Belangen in Übereinstimmung mit den §§ 289c bis 289e HGB, §§ 315c i.V.m. 289c bis 289e HGB und der EU-Taxonomieverordnung und den hierzu erlassenen delegierten Rechtsakten sowie der im Abschnitt „EU Taxonomie“ der nichtfinanziellen Berichterstattung dargestellten Auslegung durch die gesetzlichen Vertreter aufgestellt worden ist.

Bei einer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit sind die durchgeführten Prüfungshandlungen im Vergleich zu einer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung einer hinreichenden Sicherheit weniger umfangreich, sodass dementsprechend eine erheblich geringere Prüfungssicherheit erlangt wird. Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemäßen Ermessen des Wirtschaftsprüfers.

Im Rahmen unserer Prüfung, die wir in den Monaten Oktober 2023 bis März 2024 durchgeführt haben, haben wir u. a. folgende Prüfungshandlungen und sonstige Tätigkeiten durchgeführt:

- Verschaffung eines Verständnisses über die Struktur der Nachhaltigkeitsorganisation des Konzerns und über die Einbindung von Stakeholdern
- Befragung der gesetzlichen Vertreter und relevanter Mitarbeiter*innen, die in den Aufstellungsprozess einbezogen wurden, über den Aufstellungsprozess, über das auf diesen Prozess bezogene interne Kontrollsystem sowie über Angaben in der nichtfinanziellen Berichterstattung
- Identifikation wahrscheinlicher Risiken wesentlicher falscher Angaben in der nichtfinanziellen Berichterstattung
- Analytische Beurteilung von ausgewählten Angaben der nichtfinanziellen Berichterstattung
- Abgleich von ausgewählten Angaben mit den entsprechenden Daten im Jahres- und Konzernabschluss und zusammengefassten Lagebericht
- Beurteilung der Darstellung der nichtfinanziellen Berichterstattung
- Beurteilung des Prozesses zur Identifikation der taxonomiefähigen und taxonomiekonformen Wirtschaftsaktivitäten und der entsprechenden Angaben in der nichtfinanziellen Berichterstattung

Die gesetzlichen Vertreter haben bei der Ermittlung der Angaben gemäß Artikel 8 der EU-Taxonomieverordnung unbestimmte Rechtsbegriffe auszulegen. Aufgrund des immanenten Risikos, dass unbestimmte Rechtsbegriffe unterschiedlich ausgelegt werden können, sind die Rechtskonformität der Auslegung und dementsprechend unsere diesbezügliche Prüfung mit Unsicherheiten behaftet.

Prüfungsurteil

Auf der Grundlage der durchgeführten Prüfungshandlungen und der erlangten Prüfungsnachweise sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Auffassung gelangen lassen, dass die zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung der HUGO BOSS AG für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2023 in ihrer Gesamtheit nicht in allen wesentlichen Belangen in Übereinstimmung mit den §§ 289c bis 289e HGB und §§ 315c i.V.m. 289c bis 289e HGB und der EU-Taxonomieverordnung und den hierzu erlassenen delegierten Rechtsakten sowie der im Abschnitt „EU Taxonomie“ in der nichtfinanziellen Berichterstattung dargestellten Auslegung durch die gesetzlichen Vertreter aufgestellt worden ist.

Wir geben kein Prüfungsurteil zu den in der zusammengefassten nichtfinanziellen Erklärung enthalten Angaben zu Scope 3-Emissionen ab, die als ungeprüft gekennzeichnet sind. Ebenso geben wir kein Prüfungsurteil zu den in der zusammengefassten nichtfinanziellen Erklärung genannten externen Dokumentationsquellen und Internetseiten der Gesellschaft ab, auf die in der nichtfinanziellen Berichterstattung verwiesen wird.

Verwendungsbeschränkung

Wir erteilen den Vermerk auf Grundlage unserer mit der Gesellschaft geschlossenen Auftragsvereinbarung (einschließlich der „Allgemeinen Auftragsbedingungen für Wirtschaftsprüfer und Wirtschaftsprüfungsgesellschaften“ vom 1. Januar 2017 des Instituts der Wirtschaftsprüfer in Deutschland e.V.). Wir weisen darauf hin, dass die Prüfung für Zwecke der Gesellschaft durchgeführt und der Vermerk nur zur Information der Gesellschaft über das Ergebnis der Prüfung bestimmt ist. Folglich ist er möglicherweise für einen anderen als den vorgenannten Zweck nicht geeignet. Somit ist der Vermerk nicht dazu bestimmt, dass Dritte hierauf gestützt (Vermögens-)Entscheidungen treffen.

Unsere Verantwortung besteht allein der Gesellschaft gegenüber. Dritten gegenüber übernehmen wir dagegen keine Verantwortung. Unser Prüfungsurteil ist in dieser Hinsicht nicht modifiziert.

Stuttgart, den 1. März 2024

Deloitte GmbH

Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Dr. Thomas Reitmayr
Wirtschaftsprüfer

Sebastian Dingel
Partner

ALLGEMEINE ANMERKUNGEN

Die Entwicklung von HUGO BOSS kommt im Konzernabschluss am deutlichsten zum Ausdruck. Wie viele andere Unternehmen hat sich HUGO BOSS im Interesse der Übersichtlichkeit entschieden, die Zahlen des Jahresabschlusses der HUGO BOSS AG nicht in den Geschäftsbericht aufzunehmen. Dieser wird weiterhin nach deutschem Handelsgesetzbuch (HGB) erstellt und ist auf der Unternehmenswebsite unter group.hugoboss.com abrufbar.

ZUKUNFTSGERICHTETE AUSSAGEN

Dieses Dokument enthält vorausschauende Aussagen über zukünftige Entwicklungen, die auf aktuellen Einschätzungen des Managements beruhen. Wörter wie „antizipieren“, „annehmen“, „glauben“, „einschätzen“, „erwarten“, „beabsichtigen“, „können/ könnten“, „planen“, „projizieren“, „sollten“ und ähnliche Begriffe kennzeichnen solche vorausschauenden Aussagen. Solche Aussagen sind gewissen Risiken und Unsicherheiten unterworfen. Sollte einer dieser Unsicherheitsfaktoren oder andere Unwägbarkeiten eintreten oder sich die den Aussagen zugrunde liegenden Annahmen als unrichtig erweisen, könnten die tatsächlichen Ergebnisse wesentlich von den in diesen Aussagen genannten oder implizit zum Ausdruck gebrachten Ergebnissen abweichen. HUGO BOSS hat weder die Absicht noch übernimmt das Unternehmen eine Verpflichtung, vorausschauende Aussagen laufend zu aktualisieren, da diese ausschließlich von den Umständen am Tag ihrer Veröffentlichung ausgehen.

ZEHNJAHRESÜBERSICHT

	2023	2022	2021	2020 ¹	2019 ²	2018	2017	2016	2015	2014
Konzernumsatz (in Mio. EUR)	4.197	3.651	2.786	1.946	2.884	2.796	2.733	2.693	2.809	2.572
Umsatz nach Marken ³										
BOSS Menswear	3.256	2.868	2.181	1.530	2.488	2.422	2.336	2.313	2.522	2.328
BOSS Womenswear	288	239	192	131						
HUGO	653	545	413	285	396	374	397	380	287	243
Umsatz nach Segmenten										
EMEA	2.562	2.303	1.742	1.231	1.803	1.736	1.681	1.660	1.683	1.566
Amerika	955	789	543	308	560	574	577	582	671	587
Asien/Pazifik	576	467	423	343	438	410	396	382	393	361
Lizenzen	104	92	77	64	84	76	79	69	62	58
Umsatz nach Vertriebskanälen ³										
Stationärer Einzelhandel ⁴	2.262	2.016	1.512	1.057	1.869	1.768	1.732	1.677	1.689	1.471
Stationärer Großhandel ⁵	1.033	895	647	472	931	952	922	947	1.058	1.043
Digital	798	648	549	352	–	–	–	–	–	–
Lizenzen	104	92	77	64	84	76	79	69	62	58
Ertragslage (in Mio. EUR)										
Bruttoertrag	2.581	2.256	1.721	1.187	1.875	1.823	1.808	1.777	1.853	1.699
Bruttomarge in %	61,5	61,8	61,8	61,0	65,0	65,2	66,2	66,0	66,0	66,1
EBIT	410	335	228	–236 ⁶	344	347	341	263	448	449
EBIT-Marge in %	9,8	9,2	8,2	–12,1 ⁷	11,9	12,4	12,5	9,8	15,9	17,4
EBITDA	752	680	568	230	707	476	499	433	590	572
Auf die Anteilseigner entfallendes Konzernergebnis	258	209	137	–220 ⁸	205	236	231	194	319	333
Vermögenslage und Kapitalstruktur zum 31. Dezember (in Mio. EUR)										
Kurzfristiges operatives Nettovermögen	870	613	376	491	528	537	459	524	528	503
Langfristige Vermögenswerte	1.681	1.535	1.458	1.516	1.713	686	662	752	765	660
Eigenkapital	1.311	1.135	940	760	1.002	981	915	888	956	844
Eigenkapitalquote in %	38	36	34	30	35	53	53	49	53	51
Bilanzsumme	3.472	3.127	2.736	2.570	2.877	1.858	1.720	1.799	1.800	1.662
Finanzlage und Dividende (in Mio. EUR)										
Free Cashflow	96	166	560	164	457	170	294	220	208	268
Nettoverschuldung (zum 31. Dezember)	1.006	767	628	1.004	1.040	22	7	113	82	36
Investitionen	298	192	104	80	192	155	128	157	220	135
Abschreibungen	342	345	339	465 ⁹	362	129	158	169	142	123
Finanzierungsstärke (zum 31. Dezember) ¹⁰	1,3	1,1	1,1	–6,7	0,2	0,0	0,0	0,2	0,1	0,1
Ausschüttungssumme ¹¹	93	69	48	3	3	186	183	179	250	250
Weitere Erfolgsfaktoren										
Mitarbeiter (zum 31. Dezember) ¹²	18.738	16.930	14.041	13.795	14.633	14.685	13.985	13.798	13.764	12.990
Personalaufwand (in Mio. EUR)	918	794	627	570	640	629	604	605	563	514
Anzahl eigener Einzelhandelsgeschäfte	1.418	1.316	1.228	1.157	1.113	1.092	1.139	1.124	1.113	1.041
Aktien (in EUR)										
Ergebnis je Aktie	3,74	3,04	1,99	–3,18 ¹³	2,97	3,42	3,35	2,80	4,63	4,83
Dividende je Aktie ¹¹	1,35	1,00	0,70	0,04	0,04	2,70	2,65	2,60	3,62	3,62
Schlusskurs (zum 31. Dezember)	67,46	54,16	53,50	27,29	43,26	53,92	70,94	58,13	76,60	101,70
Aktienanzahl in Stück (zum 31. Dezember)	70.400.000	70.400.000	70.400.000	70.400.000	70.400.000	70.400.000	70.400.000	70.400.000	70.400.000	70.400.000

¹ Im Geschäftsjahr 2020 verzeichnete HUGO BOSS nicht zahlungswirksame Wertminderungen im Zusammenhang mit den negativen Auswirkungen von COVID-19 auf das eigene Einzelhandelsgeschäft in Höhe von 110 Mio. EUR.

² Einige Finanzkennzahlen sind aufgrund der Anwendung des IFRS 16 ab dem Geschäftsjahr 2019 nur bedingt mit den Vorjahreswerten vergleichbar. Weiterführende Informationen zur Erstanwendung des IFRS 16 finden sich im Geschäftsbericht 2019.

³ Anpassung der Darstellung ab dem Geschäftsjahr 2020 im Einklang mit den im Rahmen der „CLAIM 5“-Strategie verfolgten Mittelfristzielen bis 2025.

⁴ Bis zum Geschäftsjahr 2019 wurden die eigenen Einzelhandelsumsätze inklusive eigener Online-Umsätze berichtet.

⁵ Bis zum Geschäftsjahr 2019 wurden die Großhandelsumsätze inklusive der im Großhandel erzielten Online-Umsätze berichtet.

⁶ 2020: Ohne Berücksichtigung nicht zahlungswirksamer Wertminderungen beläuft sich das EBIT auf minus 126 Mio. EUR.

⁷ 2020: Ohne Berücksichtigung nicht zahlungswirksamer Wertminderungen beläuft sich die EBIT-Marge auf –6,5%.

⁸ 2020: Ohne Berücksichtigung nicht zahlungswirksamer Wertminderungen beläuft sich das Konzernergebnis auf minus 131 Mio. EUR.

⁹ 2020: Ohne Berücksichtigung nicht zahlungswirksamer Wertminderungen belaufen sich die Abschreibungen auf 355 Mio. EUR.

¹⁰ Ab 2021: Nettoverschuldung/EBITDA inkl. Auswirkungen des IFRS 16; bis einschließlich 2020: Nettoverschuldung/EBITDA ohne Auswirkungen des IFRS 16

¹¹ 2023: Dividendenvorschlag; 2020/2019: Gesetzliche Mindestdividende von 0,04 EUR je Aktie vor dem Hintergrund der COVID-19-Pandemie.

¹² Vollzeitäquivalent (Full-time equivalent, FTE).

¹³ 2020: Ohne Berücksichtigung nicht zahlungswirksamer Wertminderungen beläuft sich das Ergebnis je Aktie auf minus 1,90 EUR.

KONTAKTE

Investor Relations**Telefon** +49 7123 94–80903**E-Mail** investor-relations@hugoboss.com**Christian Stöhr**

Senior Vice President Investor Relations

Telefon +49 7123 94–87563**E-Mail** christian_stoehr@hugoboss.com**Carolin Westermann**

Senior Vice President Global Corporate Communications

Telefon +49 7123 94–86321**E-Mail** carolin_westermann@hugoboss.com

IMPRESSUM

HUGO BOSS AGHoly-Allee 3
72555 Metzingen**Telefon** +49 7123 94–0www.hugoboss.com**Veröffentlichungstag**

Donnerstag, 7. März 2024

Konzeption und Gestaltungnexxar GmbH, Wien
www.nexxar.com**Vorstandsfotos**

Andreas Pohlmann

FINANZKALENDER 2024

2. Mai 2024	Ergebnisse des ersten Quartals 2024
14. Mai 2024	Hauptversammlung
1. August 2024	Ergebnisse des zweiten Quartals 2024 & Halbjahresfinanzbericht 2024
5. November 2024	Ergebnisse des dritten Quartals 2024